

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II 



TESIS DOCTORAL

**La incidencia de las campañas electorales en la
construcción de la imagen de los hospitales en la
prensa**

La crisis en los hospitales madrileños

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Virginia Navarro Mangado

Directores

Ubaldo Cuesta Cambra
Liisa Irene Hanninen

Madrid, 2015

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II



**LA INCIDENCIA DE LAS CAMPAÑAS
ELECTORALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA
IMAGEN DE LOS HOSPITALES EN LA PRENSA**

LAS CRISIS EN LOS HOSPITALES MADRILEÑOS

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

Virginia Navarro Mangado

Bajo la dirección del catedrático

Ubaldo Cuesta Cambra

y la doctora

Liisa Irene Hanninen

Madrid, 2015

A mis abuelos, a quienes las circunstancias les
impidieron realizar sus sueños.

A mis padres, María Elisa y Domingo, quienes
me han ayudado a realizar mis sueños.

A María, con la esperanza de impulsarle a
realizar sus sueños.

*Lo que hacemos para nosotros mismos desaparecerá cuando ya no estemos;
lo que hacemos para los demás permanecerá aún cuando nos hayamos ido.*

Agradecimientos

Al afrontar la responsabilidad de embarcarme en un proyecto de la envergadura de esta tesis doctoral en una etapa madura de la vida, soy consciente de que este trabajo es el resultado de lo que he vivido, mis pensamientos, emociones, conocimientos y experiencias. En ella he volcado gran parte de lo que soy y por supuesto de lo que me habéis aportado todos los que, de una manera u otra, habéis dejado una huella en mí... En estas páginas hay algo de mí, pero también de vosotros.

Gracias, Liisa y Ubaldo, por aceptar dirigirme esta tesis y por vuestra dedicación, consejos, sugerencias y recomendaciones, pero sobre todo por vuestra confianza en mí al permitirme trabajar con la libertad de criterio del que he disfrutado... En estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a todos mis profesores, a los mejores y a los que no lo han sido tanto, porque de todos vosotros he aprendido. Gracias Carmen no sólo por haber creído en mí sino por conseguir que yo también lo hiciera; Gracias Alejandro por darme la oportunidad, por casualidad, de dedicarme a lo que me apasiona, la docencia; Gracias Pepe, por enseñarme que en la educación siempre somos un ejemplo pero raramente somos ejemplares... En estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a todos los que habéis participado en alguna de las acciones formativas que he dirigido. Ya sabéis que estoy convencida de que lo que hacemos son grupos de trabajo en los que todos podemos ofrecer aportaciones interesantes, fruto de nuestro conocimiento, experiencia y reflexión que enriquecen a los demás. Gracias por involucraros y por la generosidad que habéis demostrado siempre... En estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a todos los que espero que alguna vez consultéis esta investigación. Es la principal razón que me ha motivado para la realización de la misma. Confío que pueda ser útil para vuestros proyectos... En estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a mis amigos, vosotros sabéis los que sois de verdad. Aquellos a los que a pesar de la distancia y de que pasemos mucho tiempo sin vernos, cuando nos encontramos sentimos como si estuviésemos siempre juntos, los que no necesitamos recordar lo que hay entre nosotros, los que con sólo pensar en vosotros me reconforta... En estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a Santiago por ser parte de mi vida, por todos los buenos momentos juntos y por continuar siendo un apoyo y transmitirme tu cariño incluso cuando la situación no lo propiciaba... En estas páginas hay algo de ti.

Gracias a mi familia, por vuestro amor y ayuda constante e incondicional. Gracias porque siempre habéis respetado y apoyado mis decisiones, incluso cuando no estabais de acuerdo

con ellas. Gracias porque siempre he podido contar con vosotros, incluso antes de pedirlo. Gracias porque siempre sois un ejemplo de libertad, respeto, generosidad, compromiso y honestidad. Gracias porque a pesar de estar repartidos por el mundo siempre estamos unidos... Mamá, Papá, Gema, Guillermo, Marina, Natalia, Jacobo y Pablo en estas páginas hay algo de vosotros.

Gracias a María porque eres mi principal estímulo, porque haces que me sienta orgullosa de ti, porque me has convertido en mejor persona y porque consigues que cada día me despierte con la energía y alegría de los que sabemos que quedan muchas cosas importantes por hacer... En estas páginas hay algo de ti.

Índice

Abstract	1
Resumen	7
1. Presentación de la Investigación	13
1.1. La imagen de los centros hospitalarios	15
1.2. Motivos de elección del tema	19
1.3. Objeto de la investigación	21
1.3.1. Objetivos de la investigación	21
1.3.2. Estado de la cuestión	22
1.3.3. Aportación pretendida	27
1.3.4. Delimitación del tema	28
1.3.4.1. Delimitación espacio-temporal.	28
1.4. Metodología seleccionada en esta investigación	33
1.4.1. Formulación de hipótesis de investigación	33
1.4.2. Selección e identificación de la unidad de análisis	34
1.4.3. Selección de métodos y técnicas principales para la presente investigación	36
1.4.3.1. Análisis de textos informativos con métodos de naturaleza cuantitativa	38
1.4.3.2. Análisis de textos informativos con métodos de naturaleza cualitativa	39
2. Marco conceptual y teórico	41
2.1. Los medios de comunicación como fuente de influencia para la opinión pública.	43
2.1.1. Relaciones entre <i>Agenda setting</i> , <i>Framing</i> y <i>Priming</i>	43

2.1.2. Una aproximación al concepto de <i>Agenda setting</i> : cómo obtener la atención de los públicos	46
2.2. Los medios de comunicación como constructores de la realidad social: fractura entre realidad fáctica y cobertura informativa	48
2.2.1. Objetividad vs subjetividad	48
2.2.2. Del papel mediador de los medios de comunicación...	49
2.2.3. ...Al papel de co-productores de la realidad.	50
2.2.4. Composición dual del <i>Framing</i> : psicología y sociología	57
2.2.5. El <i>framing</i> como paradigma ¿fracturado? de investigación	58
2.3. La producción de textos informativos.	60
2.3.1. La sociología de las redacciones. El periodista y las empresas informativas	60
2.3.2. Influencias ideológicas en la producción de noticias.	64
2.3.3. España en los sistemas mediáticos: la politización de la prensa	67
2.3.4. La personalidad de los medios: La tematización	68
2.3.5. Recopilar la información. Las fuentes proporcionan la materia prima en la producción de noticias.	69
2.3.6. El fenómeno de la selectividad en la Prensa: la decisión de incluir o excluir temas.	77
2.3.7. Los peligros de la selección de temas	83
2.3.8. El fenómeno de la jerarquización en la Prensa	83
2.4. El contenido de las noticias. Análisis del discurso mediático	87
2.4.1. Disposición estructural de la noticia. El <i>lead</i> y el cuerpo	87
2.4.2. La sintaxis como herramienta que determina la relevancia	89
2.4.3. El recurso morfológico en el lenguaje de la noticia.	90
2.4.4. Contenido pragmático del texto periodístico: intencionalidad	92
2.4.5. Las Implicaturas.	94

2.4.6. La representación del discurso: las citas de las declaraciones	96
2.5. Contenidos mediáticos y sus efectos en las audiencias.	101
2.5.1. Teorías de Efectos Fuertes	101
2.5.2. Teorías de Efectos Limitados	105
2.6. La influencia del poder político desde la perspectiva de la <i>Agenda setting</i> y el <i>Framing</i>	108
2.6.1. Retroalimentación de las agendas política, pública y mediática. . . .	108
2.6.2. Temporalidad en los efectos de fijación de agenda	111
2.6.3. El encuentro entre información conocida e información nueva . . .	112
2.6.4. Los medios de comunicación en campañas electorales.. . . .	115

3. Investigación cuantitativa **123**

3.1. Elección de categorías de análisis	125
3.1.1. Carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia	125
3.1.2. Tema principal de la noticia.	125
3.1.2.1. Conflictos laborales	125
3.1.2.2. Errores médicos	125
3.1.2.3. Salud Pública	125
3.1.2.4. Recursos Técnicos	126
3.1.2.5. Urgencias	126
3.1.2.6. Listas de espera.	126
3.1.2.7. Inauguraciones.	126
3.1.2.8. Incompatibilidades.	126
3.1.2.9. Colapsos hospitalarios	126
3.1.2.10. Área única sanitaria	126
3.1.2.11. Otros	126
3.1.3. Institución protagonista de la noticia.	127

3.1.3.1. Hospitales públicos	127
3.1.3.2. Hospitales privados	127
3.1.3.3. Temas genéricos	127
3.1.4. Fuentes mencionadas en la noticia.	127
3.1.4.1. Fuentes hospitalarias	127
3.1.4.2. Pacientes y familiares.	128
3.1.4.3. Administraciones Públicas	128
3.1.4.4. Partidos Políticos.	128
3.1.4.5. Otros	128
3.1.5. Posición y elementos iconográficos en la noticia.	128
3.1.5.1. Sección de publicación de la noticia	128
3.1.5.2. Aparece en la portada	129
3.1.5.3. Abre sección	129
3.1.5.4. Página en la que aparece	129
3.1.5.5. Tamaño de la noticia.	129
3.1.5.6. Ilustrada con foto	129
3.1.5.7. Ilustrada con gráfico	129
3.1.6. Herramientas de análisis	130
3.2. Resultados categorías de análisis	131
3.2.1. Carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia	131
3.2.1.1. Por soportes respecto al total de noticias publicadas	131
3.2.1.2. Por soportes respecto al total de noticias publicadas por cada uno de los periódicos	132
3.2.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas	133
3.2.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas en cada uno de ellos.	134

3.2.1.5. Por soportes en el periodo temporal de 2004.135
3.2.1.6. Por soportes en el periodo temporal de 2005.135
3.2.1.7. Por soportes en el periodo temporal de 2006.136
3.2.1.8. Por soportes en el periodo temporal de 2007.136
3.2.1.9. Por soportes en el periodo temporal de 2008.137
3.2.1.10. Por soportes en el periodo temporal de 2009137
3.2.1.11. Por soportes en el periodo temporal de 2010138
3.2.1.12. Por soportes en el periodo temporal de 2011138
3.2.1.13. Por soportes y periodos temporales.139
3.2.1.14. Conclusiones: carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia140
3.2.2. Tema principal de la noticia141
3.2.2.1. Conflictos laborales144
3.2.2.1.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas145
3.2.2.1.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada diario145
3.2.2.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas146
3.2.2.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.146
3.2.2.2. Errores médicos147
3.2.2.2.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas148
3.2.2.2.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico148
3.2.2.2.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas149
3.2.2.2.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos149

3.2.2.3. Salud pública	150
3.2.2.3.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	150
3.2.2.3.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	151
3.2.2.3.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	152
3.2.2.3.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.	152
3.2.2.4. Recursos técnicos	153
3.2.2.4.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	153
3.2.2.4.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	154
3.2.2.4.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	154
3.2.2.4.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	155
3.2.2.5. Urgencias	156
3.2.2.5.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	156
3.2.2.5.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada diario	157
3.2.2.5.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	157
3.2.2.5.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	158
3.2.2.6. Listas de espera.	158
3.2.2.6.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	159
3.2.2.6.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	159
3.2.2.6.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	160

3.2.2.6.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	160
3.2.2.7. Inauguraciones	161
3.2.2.7.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	162
3.2.2.7.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	162
3.2.2.7.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	163
3.2.2.7.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	163
3.2.2.8. Incompatibilidades	164
3.2.2.8.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	165
3.2.2.8.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	165
3.2.2.8.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	166
3.2.2.8.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.	166
3.2.2.9. Colapso hospitalario	167
3.2.2.9.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	168
3.2.2.9.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	168
3.2.2.9.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	169
3.2.2.9.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	169
3.2.2.10. Área única sanitaria	170
3.2.2.10.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	171

3.2.2.10.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	171
3.2.2.10.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	172
3.2.2.10.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	172
3.2.2.11. Otros	173
3.2.2.11.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	174
3.2.2.11.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	174
3.2.2.11.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	175
3.2.2.11.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos	175
3.2.2.12. Conclusiones: tema del acontecimiento principal de la noticia .	177
3.2.3. Institución protagonista de la noticia	179
3.2.3.1. Hospitales públicos	180
3.2.3.1.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas	180
3.2.3.1.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	181
3.2.3.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.	181
3.2.3.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas	182
3.2.3.1.5. Por Hospitales	183
3.2.3.2. Hospitales privados	184
3.2.3.2.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas.	184
3.2.3.2.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico	185

3.2.3.2.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.186
3.2.3.2.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas186
3.2.3.2.5. Por hospitales187
3.2.3.3. Temas genéricos187
3.2.3.3.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas.188
3.2.3.3.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico188
3.2.3.3.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos189
3.2.3.3.4. Por temas genéricos190
3.2.3.4. Conclusiones: institución protagonista de la noticia192
3.2.4. Fuentes mencionadas en la noticia.193
3.2.4.1. Por soportes195
3.2.4.2. Por tipo de fuentes196
3.2.4.3. Por periodos temporales:197
3.2.4.4. Hospitalarias197
3.2.4.4.1. Por soportes:198
3.2.4.4.2. Por tipo de fuentes199
3.2.4.4.3. Por periodos temporales199
3.2.4.5. Pacientes y familiares.200
3.2.4.5.1. Por soportes200
3.2.4.5.2. Por periodos temporales201
3.2.4.6. Administraciones públicas201
3.2.4.6.1. Por soportes202
3.2.4.6.2. Por tipo de fuentes203
3.2.4.6.3. Por periodos temporales203

3.2.4.7. Partidos políticos.204
3.2.4.7.1. Por soportes205
3.2.4.7.2. Por tipo de fuentes205
3.2.4.7.3. Por periodos temporales:206
3.2.4.8. Otros206
3.2.4.8.1. Por soportes:.206
3.2.4.8.2. Por periodos temporales:207
3.2.4.9. Conclusiones: fuentes mencionadas en la noticia.208
3.2.5. Posición y elementos iconográficos en la noticia209
3.2.5.1. Sección de publicación de la noticia210
3.2.5.1.1. Noticias negativas por soportes210
3.2.5.1.2. Noticias negativas por periodos temporales211
3.2.5.2. Aparece en la portada211
3.2.5.2.1. Noticias que aparecen en portada por soportes212
3.2.5.2.2. Noticias que aparecen en portada por periodo temporal. . .	.213
3.2.5.3. Abre sección214
3.2.5.3.1. Noticias que abren sección por soportes215
3.2.5.3.2. Noticias que abren sección por periodos temporales.216
3.2.5.4. Página en la que aparece la noticia negativa217
3.2.5.4.1. Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soportes218
3.2.5.4.2. Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales219
3.2.5.5. Tamaño de la noticia negativa220
3.2.5.5.1. Tamaño de la noticia negativa por soporte.220
3.2.5.5.2. Tamaño de la noticia negativa por periodos temporales . .	.221
3.2.5.6. Ilustrada con foto223
3.2.5.6.1. Ilustradas con foto por soportes223

3.2.5.6.2. Ilustradas con foto por periodos temporales	224
3.2.5.7. Noticias ilustrada con gráfico	226
3.2.5.8. Noticias ilustradas con gráfico por soportes	227
3.2.5.9. Noticias ilustradas con gráfico por periodo temporal.	228
3.2.5.10. Conclusiones: posición y elementos iconográficos en la noticia	230
4. Investigación Cualitativa	233
4.1. Introducción a la investigación cualitativa	235
4.2. Resultados investigación cualitativa.	237
4.2.1. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2004	237
4.2.2. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2005	241
4.2.3. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2006	248
4.2.4. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2007	252
4.2.5. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2008	256
4.2.6. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2009	262
4.2.7. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2010	266
4.2.8. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2011	272
5. Conclusiones finales y confirmación de hipótesis	275
6. Modelo ACINE	295
6.1. Modelo ACINE	297
6.2. Perspectivas de estudio del modelo ACINE: sugerencias de líneas de investigación para el futuro	307
Bibliografía	309
Anexos	(Consultar CD adjunto)

Índice de tablas

Tabla 1: Lectores/día El País, El Mundo y ABC en 2007 y 2011.....	28
Tabla 2: Relación de actos de habla y verbos descriptivos.	99
Tabla 3: Niveles de cortesía en las formas verbales.....	99
Tabla 4: Relación de actos de habla y verbos descriptivos.	100
Tabla 5: Áreas de interés para los ciudadanos.	110
Tabla 6: Aspectos mejor y peor valorados de los hospitales públicos de la CAM. . .	111
Tabla 7: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2004.	240
Tabla 8: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2005.....	246
Tabla 9: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2006.....	251
Tabla 10: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2007.....	255
Tabla 11: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2008.....	260
Tabla 12: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2009.....	265
Tabla 13: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2010.....	270
Tabla 14: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2011.....	274

Índice de gráficos

Gráfico 1: Carácter valorativo acontecimiento principal de la noticia.	131
Gráfico 2: Por soportes respecto al total de noticias publicadas.	132
Gráfico 3: Por soportes respecto al total de noticias publicadas por cada uno de los pe- riódicos.	132
Gráfico 4: Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas.	133
Gráfico 5: Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas en cada uno de ellos.	134
Gráfico 6: Por soportes en el periodo temporal de 2004.	135
Gráfico 7: Por soportes en el periodo temporal de 2005.	135
Gráfico 8: Por soportes en el periodo temporal de 2006.	136
Gráfico 9: Por soportes en el periodo temporal de 2007.	136
Gráfico 10: Por soportes en el periodo temporal de 2008.	137
Gráfico 11: Por soportes en el periodo temporal de 2009.	137
Gráfico 12: Por soportes en el periodo temporal de 2010.	138
Gráfico 13: Por soportes en el periodo temporal de 2011.	138
Gráfico 14: Noticias negativas en valores absolutos.	139
Gráfico 15: Noticias positivas en valores absolutos.	139
Gráfico 16: Noticias neutras en valores absolutos.	139
Gráfico 17: Tema principal de las noticias negativas.	142
Gráfico 18: Tipo de crisis por periodo temporal.	143
Gráfico 19: Tipo de crisis por soporte.	144
Gráfico 20: Conflictos laborales I.	144

Gráfico 21: Conflictos laborales II.	145
Gráfico 22: Conflictos laborales III.....	145
Gráfico 23: Conflictos laborales IV.....	146
Gráfico 24: Conflictos laborales V.....	147
Gráfico 25: Errores médicos I.....	147
Gráfico 26: Errores médicos II.	148
Gráfico 27: Errores médicos III.....	148
Gráfico 28: Errores médicos IV.....	149
Gráfico 29: Errores médicos V.	150
Gráfico 30: Salud pública I.....	150
Gráfico 31: Salud pública II.	151
Gráfico 32: Salud pública III.	151
Gráfico 33: Salud pública IV.....	152
Gráfico 34: Salud pública V.	153
Gráfico 35: Recursos técnicos I.	153
Gráfico 36: Recursos técnicos II.	154
Gráfico 37: Recursos técnicos III.	154
Gráfico 38: Recursos técnicos IV.....	155
Gráfico 39: Recursos técnicos V.	155
Gráfico 40: Urgencias I.....	156
Gráfico 41: Urgencias II.	156
Gráfico 42: Urgencias III.	157
Gráfico 43: Urgencias IV.....	157

Gráfico 44: Urgencias V.	158
Gráfico 45: Listas de espera I.	158
Gráfico 46: Listas de espera II.....	159
Gráfico 47: Listas de espera III.	159
Gráfico 48: Listas de espera IV.	160
Gráfico 49: Listas de espera V.....	161
Gráfico 50: Inauguraciones I.....	161
Gráfico 51: Inauguraciones II.....	162
Gráfico 52: Inauguraciones III.	162
Gráfico 53: Inauguraciones IV.	163
Gráfico 54: Inauguraciones V.	164
Gráfico 55: Incompatibilidades I.	164
Gráfico 56: Incompatibilidades II.....	165
Gráfico 57: Incompatibilidades III.	165
Gráfico 58: Incompatibilidades IV.	166
Gráfico 59: Incompatibilidades V.....	167
Gráfico 60: Colapso hospitalario I.	167
Gráfico 61: Colapso hospitalario II.....	168
Gráfico 62: Colapso hospitalario III.	168
Gráfico 63: Colapso hospitalario IV.	169
Gráfico 64: Colapso hospitalario V.....	170
Gráfico 65: Área única sanitaria I.	170
Gráfico 66: Área única sanitaria II.	171

Gráfico 67: Área única sanitaria III.....	171
Gráfico 68: Área única sanitaria IV.....	172
Gráfico 69: Área única sanitaria V.....	173
Gráfico 70: Otros I.....	173
Gráfico 71: Otros II.	174
Gráfico 72: Otros III.	174
Gráfico 73: Otros IV.....	175
Gráfico 74: Otros V.	176
Gráfico 75: Institución protagonista de las noticias.....	179
Gráfico 76: Institución protagonista de las noticias de carácter negativo.	179
Gráfico 77: Valoración de las Noticias sobre H. Públicos.	180
Gráfico 78: Hospitales Públicos por soportes I.	181
Gráfico 79: Hospitales Públicos por soportes II.	181
Gráfico 80: Hospitales Públicos por periodos temporales I.	182
Gráfico 81: Hospitales Públicos por periodos temporales II.	182
Gráfico 82: Noticias negativas por Hospitales Públicos.....	183
Gráfico 83: Proporción por Hospital Público.	183
Gráfico 84: Noticias negativas sobre Hospitales Públicos por soporte y por periodo temporal.	184
Gráfico 85: Valoración de las Noticias sobre Hospitales Privados.	184
Gráfico 86: Hospitales Privados por Soporte I.	185
Gráfico 87: Hospitales Privados por Soporte II.....	185
Gráfico 88: Hospitales Privados por periodo temporal I.	186

Gráfico 89: Hospitales Privados por periodo temporal II.	186
Gráfico 90: Proporción por Hospital Privado	187
Gráfico 91: Noticias negativas sobre Hospitales Privados por soporte y por periodo temporal.	187
Gráfico 92: Valoración de las Noticias sobre Temas Genéricos	188
Gráfico 93: Temas Genéricos por Soportes I.	188
Gráfico 94: Temas Genéricos por Soportes II.	189
Gráfico 95: Temas Genéricos por periodo temporal I.	189
Gráfico 96: Temas Genéricos por periodo temporal II.	190
Gráfico 97: Temas Genéricos.	190
Gráfico 98: Proporción por Tema Genérico.	191
Gráfico 99: Noticias negativas sobre Temas Genéricos por soporte y por periodo temporal.	191
Gráfico 100: Categorías de fuentes en noticias negativas.....	195
Gráfico 101: Categorías de fuentes por soporte en noticias negativas I.	196
Gráfico 102: Categorías de fuentes por soporte en noticias negativas II..	196
Gráfico 103: Categorías de fuentes por periodo temporal en noticias negativas....	197
Gráfico 104: Categorías de Fuentes Hospitalarias en noticias negativas.....	198
Gráfico 105: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas I.	198
Gráfico 106: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas II.....	199
Gráfico 107: Categorías de Fuentes Hospitalarias por periodos temporales en noticias negativas.	200
Gráfico 108: Fuente Pacientes o familiares por soportes en noticias negativas.	200

Gráfico 109: Fuente Pacientes o familiares por periodos temporales en noticias negativas.	201
Gráfico 110: Categorías de fuentes en noticias negativas.	202
Gráfico 111: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas I.	202
Gráfico 112: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por soportes en noticias negativas II.	203
Gráfico 113: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por periodos temporales en noticias negativas.	204
Gráfico 114: Categorías de Fuentes Partidos políticos en noticias negativas.	204
Gráfico 115: Categorías de Fuentes Partidos políticos por soportes en noticias negativas I.	205
Gráfico 116: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por soportes en noticias negativas II.	205
Gráfico 117: Categorías de Fuentes Partidos políticos por periodos temporales en noticias negativas.	206
Gráfico 118: Otras fuentes por soportes en noticias negativas.	207
Gráfico 119: Otras fuentes por periodos temporales en noticias negativas.	207
Gráfico 120: Sección de publicación de las noticias.	210
Gráfico 121: Sección de publicación de las noticias respecto a la categoría valorativa.	210
Gráfico 122: Sección de publicación de las noticias negativas por soporte.	211
Gráfico 123: Sección de publicación de las noticias negativas por periodo temporal.	211
Gráfico 124: Noticias que aparecen en portada.	212
Gráfico 125: Noticias negativas que aparecen en portada.	212
Gráfico 126: Noticias que aparecen en portada por soporte.	213

Gráfico 127: Noticias negativas que aparecen en portada por soporte.	213
Gráfico 128: Noticias que aparecen en portada por periodo temporal.	214
Gráfico 129: Noticias negativas que aparecen en portada por periodo temporal. . .	214
Gráfico 130: Noticias que abren sección.	215
Gráfico 131: Noticias negativas que abren sección.	215
Gráfico 132: Noticias que abren sección por soporte.	216
Gráfico 133: Noticias negativas que abren sección por soporte.	216
Gráfico 134: Noticias que abren sección por periodo temporal I.	217
Gráfico 135: Noticias negativas que abren sección por periodo temporal II. . . .	217
Gráfico 136: Páginas en las que aparecen las noticias negativas	218
Gráfico 137: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soporte I. . . .	218
Gráfico 138: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soporte II. . .	218
Gráfico 139: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales I.	219
Gráfico 140: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales II.	219
Gráfico 141: Tamaño de la noticia negativa.	220
Gráfico 142: Tamaño de la noticia negativa por soporte I.	221
Gráfico 143: Tamaño de la noticia negativa por soporte II.	221
Gráfico 144: Tamaño de la noticia negativa por periodo temporal I.	222
Gráfico 145: Tamaño de la noticia negativa por periodo temporal II.	222
Gráfico 146: Noticias ilustradas con foto.	223
Gráfico 147: Noticias negativas ilustradas con foto.	223
Gráfico 148: Noticias ilustradas con foto por soporte.	224

Gráfico 149: Noticias negativas ilustradas con foto por soporte.	224
Gráfico 150: Noticias ilustradas con foto por periodo temporal.	225
Gráfico 151: Noticias negativas ilustradas con foto por periodo temporal.....	225
Gráfico 152: Noticias ilustradas con gráfico.	226
Gráfico 153: Noticias negativas ilustradas con gráfico.....	226
Gráfico 154: Noticias ilustradas con gráfico por soporte.....	227
Gráfico 155: Noticias negativas ilustradas con gráfico por soporte.	227
Gráfico 156: Noticias ilustradas con gráfico por periodo temporal.....	228
Gráfico 157: Noticias negativas ilustradas con gráfico por periodo temporal.....	228
Gráfico 158: Modelo ACINE: Autonomía.	300
Gráfico 159: Modelo ACINE: Conocimiento.....	301
Gráfico 160: Modelo ACINE: Individualización.	302
Gráfico 161: Modelo ACINE: Narración.	304
Gráfico 162: Modelo ACINE: Narración.	305
Gráfico 163: Modelo ACINE.....	306

ABSTRACT

The impact of election campaigns on hospitals image in the press. Madrid hospitals in crisis situation.

INTRODUCTION

My research centres around the impact of election campaigns on the construction of the hospitals' image in the press through the study of the communication crisis faced by Madrid hospitals, which gathers political, corporative, health and science communication aspects.

This study set out to determine, from a thematic dimension, the way these news are represented within the media content using media frames. In this category lay the frames that deal with specific current affairs comprehending the communication crisis in public hospitals in Madrid.

The media has been proved by numerous authors as one of the most relevant factors that may influence public opinion. It is also considered co-producer of the identities of the organizations –in this case, hospital institutions- since it works as an agent, providing information and assessments that comprises the opinions of wide sectors of the population and eventually guiding their behavior and decisions.

There are different approaches to tackle the study of the media construction of the image according to the phase of the productive process of the journalistic texts. This research focuses on the analysis of the message itself, that is to say, the study of the news regarding hospitals in Madrid both in its pure formal dimension (appointed space, specific location and other iconographic elements) and on the contents transmitted through the frames as a reflection of the interpretation of specific events made by the media (thematic, relevance, approaches, sources...)

When referring to the media construction of the image, we point to the scientific study of the press reports, its impact on the media agenda and its approach to reality. Consequently, the subjects of study of this research are texts selected in the Spanish national daily newspapers: *El País*, *El Mundo* and *ABC*. Particularly the headlines that integrate the sample, not to be identified with the mental representations made by its readers.

SUMMARY

Aims

The Study of the impact of election campaigns on the construction of the image of Madrid's hospitals in the press is the starting point of a new proposal: *Modelo de Comunicación Estratégica*¹ (ACINE). In this way, hospitals could carry out a channel function that will allow them the promotion of issues related with advances, progress and researches; being in control of the diffusion of conflictive or polemic situations while establishing itself as a source of information for the media and contributing to the corporative identity of the health care institution.

We need to be aware of the current situation of the health care sector concerning its media dimension, analyzing media presence through the news published about them. In order to do that the following operative objectives will be established:

- To determine the proportion between positive, negative and neutral news from the perspective of the hospital managers based on the three selected media supports during the eight established

1 Translator's note: Model of Strategic Communication.

periods which will help us to make a reasonable approach to the moral evaluation of the problem carried out by the mass media.

- To establish the type of hospital that is being referred to in the news to determine –either by the mentioned supports or by the temporal period- the proportion of news regarding private or public hospitals.
- To classify the news according to the leading factors which will allow us to determine a specific definition of the problem and its casual interpretation carried out by the different media supports.
- To define the publication section for each of the news in order to establish the informative section where news are located and its pure formal dimension (featured page, size and infographic elements). By this, we will find out how important for the daily newspaper is the crisis. It is considered to be a way to identify which messages, facts and actions are relevant.
- To identify the sources mentioned in the reports in order to find out which lobbies were able to establish the circulation of their own interpretation of the facts during the health care crisis, casting a light on the controversial question regarding who establishes the frames: The politicians? The media? Or both?
- To state if the coverage offered by the press regarding Madrid healthcare system confirms the previous findings — *Gurrionero y Canel* (2009) — that suggest that there are two opposing political postures supported by like-minded newspapers (framing).
- To discern the repercussion of regional elections in all the studied aspects through a comparative analysis (agenda setting).

Methods

According to the general perspectives of the research, the ‘framing’ is characterized by a fragmentation that gave rise to two big and different tendencies: quantitative and interpretative methodology. The first one studies communicative phenomena focused on the media and uses quantitative methods like a more or less computer-based content analysis along with experiments based on public responses. The second one chooses a wider approach linked to constructivism and critical thought, exploring the composition of the frames and its sociocultural context through qualitative methods.

An implication of this methodological debate about framing, focused on the selection of quantitative and qualitative methods, is the possibility to offer an inclusive vision using triangulation as a global proposal to give answers to the questions posed at this research. By this, it has been possible to obtain the necessary data, which transformed into a more operative dimension, made possible to contrast the hypothesis of the study and to specify the way in which the media carries out the process of framing events that may be eligible to make the headlines in order to focus on the media coverage of the region of Madrid.

The content analysis used a temporal and longitudinal dimension, taking into consideration news regarding the healthcare system of Madrid during the regional election period in the years 2007 and 2011. In order to establish a comparative analysis, an identical monitoring was conducted from the 11th to the 26th of May during the years 2004, 2005 and 2006 (also corresponding with the election campaign of 2007) and from the 7th to the 21st of May during the years 2008, 2009 and 2010 (corresponding with the official regional election campaign of 2011). Altogether, in order to get a comparative criterion and the evolution of the thematic agenda, a 120 days’ analysis of the national daily newspapers *El País*, *El Mundo* and *ABC* was conducted, which means a review of 360 newspapers (three per day).

Results

The results of the quantitative research revealed that from the managers of the hospitals perspective 58% of the analyzed news were of a negative nature, 34% positive and 8% neutral.

The numbers also show that the coverage carried out by *El País* regarding health care issues was mostly of a negative nature (72,19%). Noteworthy is the fact that it exceeds the total amount of negative approaches of the other two newspapers and three times more its positive approaches. *El Mundo* also takes this critical line but in a more moderated way. Although the negative news (50,52%) are higher than the positives, they do so in a significantly lower proportion.

On the contrary, the evaluation of the news in the *ABC* is mostly positive (51,08%) to the point of being twice higher than the other two researched newspapers. Thus, we may state that it supports the health care policies of the regional government (*Partido Popular*²) while criticizes the policies of the central government (*PSOE*³) since usually the news with negative approach refer to questions of the *PSOE* competence.

The analyzed period 2007, election year, has a higher proportion of negative news (76,92%) in comparison with the positive news (23,08%) due to the fact that *El País* only reports news of negative nature, highlighting the opening of new hospitals, while *El Mundo* and *ABC* give no special emphasis to the health care area. Nevertheless, we need to consider that both newspapers counteract their criticism with positive news. Furthermore, the *ABC* covers the beneficial side of the new hospitals, ignoring its alleged electoral character. *El Mundo* do the same, skips the polemic issue using the phenomenon known as 'agenda cutting'.

However, in the year 2011 (it was also election year) the number of positive and neutral news is higher (28,57% and 35,71% respectively) than the negative news 35,71% of the yearly total. Only in the case of *El País* this tendency is reversed: 60% of the coverage regarding health care issues criticizes governmental policies. The *ABC* stands for the governmental policies on health care management with the publication of positive news (no negative news) that avoid mentioning political matters whereas attacks the electoral strategies of the opposition party candidate. These significant differences of approaches explain the designation of positive news in matters, which a priori should be interpreted as negative headlines within the quantitative research, such as co-payment, saturated public hospitals and management of publicly-owned hospitals. The coverage of *El Mundo* does not show its approach on these issues since its framing seeks to appear neutral, offering the positions of both candidates of the majority parties when addressing controversial issues.

According to the quantitative collected data, the more common information sources of the news published in *El Mundo* (31,37%) and *ABC* (31,03%) were press releases and statements of the *Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid*⁴ (Public Administration). However, *El País*, which published more negative reports and mentioned its sources more frequently, gives priority to hospital sources (33,66%).

In election years, the average of news based on sources coming from political parties increases: 47,37% during the election campaign of 2007 (*El País* 21,05%; *El Mundo* 10,53% and *ABC* 15,79%) and 37,5% in the year 2011 (*El País* 25%; *El Mundo* 12,5% and *ABC* 0%). No news based on sources coming from political parties were published during the years 2006, 2009 and 2010. The Spanish

2 Translator's note: conservative political party.

3 Translator's note: conservative political party.

4 Translator's note: Department of Health Regional Government of Madrid.

political party *PP* only appears as an informative source during the years 2007 and 2008 but never in the *ABC* news.

Only one of the six news regarding private hospitals in the region of Madrid, during the researched periods, is of negative nature. Particularly during the year 2005, which does not correspond with any election campaign, *El País* gave coverage to a report on the hospital of Madrid. Although in order to read it we must go to the body of the article since the name of the clinic is not mentioned by any of the headlines (local paper's supplement or inside pages).

A total of 76% of the list of topics corresponding to the three media supports on issues related with Madrid hospitals were published in the section 'Madrid news', 18% in the section 'Society' and 6% in the section 'Spain news'. A slight deviation of this tendency is of no significance if we take into account its critical character.

Concerning the periods of time coinciding with election year, all negative news published in the year 2007 were placed in the section 'Madrid news' while in 2011 the percentage falls to 60%. The rest of negative news were published in the section 'Spain news' since only during these two lapses of time no negative news were published in the section 'Society'.

According to the researched press, only eight (5,33%) of the 150 news regarding hospitals' issues published during the researched periods were significant enough to make the front page. There was only one report published by *El País* in the year 2008 with a positive connotation that refers to private hospitals: 'Casa, cochazo...y hospital privado⁵'. Now, with regard to the negative news during the year 2008, as a result of the crisis caused by the development of a bacteria in the UCI⁶, *El País* introduced within its list of topics three consecutive headline news as top stories in the section 'Society'. This incident made also front page in *El Mundo*, but just one time and it did not give due weight to the story — a title in the summary and an article in the section 'Madrid news'. Likewise, the epidemic of influenza A in the year 2009 generated three relevant news susceptible to be given front page treatment in each one of the three press supports.

The findings of the collected data show that the numbers of negative news appearing in even pages (45,98%) are very similar to the ones in odd pages (43,68%). Only 10,34% of them appear in both.

With regard to the size of the news, 60,92% of the negative news fill less than half page and around 15% a whole page or more. This tendency remains the same regarding press supports and temporal periods.

Approximately half of the news of negative nature are illustrated, which give them more relevance. *El País* publishes three times more illustrated news of negative connotation than positive, *El Mundo* approximately half of each and the *ABC* published more than three-quarters positive news with pictures. The total number of negative news published with graphics are 6 out of a total of 87 negative news on health care issues which means a percentage of 6,9%.

CONCLUSIONS

Despite the fact that the relevance given by the press to news regarding hospitals in the region of Madrid is quite considerable, it does not correspond to the significant demand of information on this issue by society.

5 Translator's note: Department of Health Regional Government of Madrid.

6 Translator's note: Intensive care unit.

The collected data seems to indicate that the prevailing pattern of the researched media coverage regarding hospitals in Madrid is quite negative, instead of giving more importance to the aspects that made the World Health Organization (WHO) to consider the Spanish healthcare system one of the best of the world they choose to highlight negative issues. It appears that the analyzed press regarding the management of the hospitals of the region of Madrid has been polarized within the Mediterranean system according to the classification of Hellin and Mancini (2004), in response to a pattern of ideological positioning that tends to project the image of public hospitals according to the evaluation of health care policies. Besides, the results prove that daily newspapers prefer to criticize the policies of the opposition parties rather than to highlight the achievements of those closer to their own political position (Hellin y Mancini, 2004).

Sometimes this phenomenon was clearly shown but most of the times a detailed analysis was necessary in order to discern this turn, which uses resources such as a selective election of the topics. It is important to highlight the huge incidence of the phenomenon call ‘agenda cutting’, since the issues excluded from the list of topics indicate a differentiated posture. The important but not obvious lexical and conceptual analysis of topics such as ‘waiting lists’, critical headlines like in the matter of the ICU bacteria developed in the *Hospital 12 de Octubre*⁷, the alleged irregular use of sedatives in the hospital of Leganés⁸ or the graphical material in the matter of the military quarters put on quarantine because of the new influenza, among others, are subtle informative procedures that go unnoticed when reading the news but that are used by the press to give an specific approach to the events and at the same time avoiding any evidence of an opinion statement. When addressing controversial issues such as the saturation of public hospital emergency departments, the informative press coverage focuses either on the problem or on the solutions, depending upon the newspapers that published the report and the desired approach.

These findings suggest that in general, the turn of the election campaign of the years 2007 and 2011 regarding health care issues corroborates the hypothesis posed by this research: health care governmental policies of the *Partido Popular* are mostly supported by *El Mundo* and *ABC*, being reflected in the superior number of positive news; although comparing the coverage carried out by the two newspapers there are some differences to be found, since the pages of the second one have more favorable news regarding the management of the Government. *El País* is much more critic leading to a strictly negative coverage.

One of the more significant findings to emerge from this study is the proposal of the model ACINE to optimize the media image of the hospitals. It is based on the depoliticization of health care communication giving more autonomy to their press offices, which should increase their level of knowledge of the different informative supports regarding issues related with them so they can provide individualized information corresponding with stories to build images through reports and providing explanations in order to act as the voice of the scientific community. Besides, in order to look into the evaluation and functionality of the ACINE model this research offers suggestions about the future line of investigation (aims and methodology) to make available its validation.

7 Translator’s note: hospital located in an outlying district of Madrid.

8 Translator’s note: hospital located in the south metropolitan area of Madrid.

RESUMEN

La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales en la prensa. Las crisis en los hospitales madrileños.

INTRODUCCIÓN

La investigación que se presenta aborda la incidencia de las campañas electorales en la construcción mediática de la imagen de los hospitales en prensa a través del estudio del caso de las crisis de comunicación en los hospitales madrileños, en el que convergen aspectos de comunicación política, corporativa, sanitaria y científica.

Se ha estudiado la manera en la que este tipo de noticias es reflejado en el ámbito del contenido de los medios a través de los encuadres mediáticos desde su dimensión de carácter temático. Es en esta categoría en la que se sitúan aquellos *frames* que tratan cuestiones de actualidad concretas en las que se enmarcan las crisis de comunicación en los hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid.

Numerosos autores establecen el universo mediático como uno de los factores más influyentes en la opinión pública puesto que se considera a los medios co-productores de las identidades de las organizaciones, en este caso instituciones hospitalarias, debido a que operan como los agentes que proporcionan las informaciones y valoraciones que conforman las opiniones de amplias capas sociales sobre las cuales rigen después sus comportamientos y toman sus decisiones.

El estudio del fenómeno de la construcción mediática de la imagen puede ser abordado desde perspectivas diferentes en función del momento del proceso productivo de textos periodísticos en el que nos situemos. Esta investigación se centra en el análisis del mensaje en sí, es decir, el estudio de las noticias referidas a hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid tanto en su la dimensión puramente formal (**espacio destinado, ubicación concreta y demás elementos iconográficos**) como de los contenidos transmitidos a través de los *frames* como reflejo de la interpretación que los medios hacen de los acontecimientos (**temáticas, relevancias, enfoques, fuentes...**).

Cuando nos referimos a construcción mediática de la imagen, aludimos al estudio científico de las noticias publicadas en prensa, su incidencia en la agenda mediática y los enfoques que de la realidad presenta. Como consecuencia, el objeto de estudio de esta investigación son los textos publicados en los diarios seleccionados, El País, El Mundo y ABC, concretamente los títulos de las noticias que conforman la muestra, y no deben identificarse con las representaciones mentales que de ellas hacen los lectores.

SÍNTESIS

Objetivos

El estudio de la incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los centros hospitalarios en la Comunidad Autónoma de Madrid en prensa es el punto de partida para proponer un Modelo de Comunicación Estratégica (ACINE), de manera que sea el propio hospital el que gestione la información para que favorezca su imagen entre sus públicos. De esta forma, podrían realizar una función canalizadora que les permita promover aquellos asuntos que les asocie con avances, adelantos e investigaciones y controlar la difusión de situaciones conflictivas y polémicas, consolidándose como fuente de información para los medios y contribuyendo en la creación de la identidad corporativa de la institución sanitaria.

Por tanto es necesario conocer la situación actual en la que se encuentra el sector hospitalario en la actualidad en cuanto a su dimensión mediática, analizando su presencia en prensa a través de las noticias que se publican sobre ellos y para lograrlo establecemos los siguientes objetivos operativos:

Determinar la proporción entre noticias de carácter positivo, negativo y neutro desde la perspectiva de los gestores de los hospitales en los tres soportes seleccionados y en los ocho periodos establecidos, que servirá para hacer una aproximación a la evaluación moral que los *mass media* realizan del problema.

Establecer el tipo de hospital al que hacen referencia las noticias, de manera que podamos determinar, tanto por soporte como por periodo temporal, la proporción entre noticias referentes a los hospitales de propiedad y gestión pública y privada.

Clasificar el tipo de noticia en función de los hechos que la han provocado, lo que permitirá determinar la definición específica del problema y su interpretación causal que, como tal, hacen los distintos soportes.

Definir la sección de publicación de cada una de las noticias con el fin de establecer en qué espacios informativos están ubicadas y su dimensión puramente formal (página en la que aparece, tamaño y elementos infográficos que la acompañan) y de esta manera conocer qué importancia de contexto tiene para el diario lo referente a dicha crisis. Se considera que esto sería una manera de identificar qué mensajes, hechos y acciones son relevantes.

Identificar las fuentes que menciona la noticia para conocer cuáles han sido los grupos de presión que han sido capaces de activar su interpretación de los hechos en las crisis hospitalarias y aportar criterios sobre la debatida cuestión acerca de quién establece los *frames*, si los políticos, los medios o bien ambos a la vez.

Constatar si en el tratamiento informativo que la prensa ofrece del sistema hospitalario de Madrid se confirma el escenario representado por Gurrionero y Canel (2009) en el que se dan dos posturas políticas contrapuestas en pugna y apoyadas por los diarios afines (*Framing*).

Distinguir mediante el análisis comparativo como repercute en todos los aspectos estudiados la celebración de elecciones autonómicas (*Agenda setting*).

Metodología

En lo que concierne a las perspectivas generales de investigación, el *Framing* se caracteriza por la fragmentación, que ha dado lugar en los últimos años a dos grandes tendencias metodológicas diferenciadas: cuantificadora e interpretativa. La primera aborda el estudio de los fenómenos comunicativos desde posiciones centradas en lo mediático y con métodos cuantitativos, como los análisis de contenido más o menos informatizados y los experimentos sobre las respuestas del público. La segunda asume un planteamiento más amplio, vinculado al constructivismo y al pensamiento crítico, explorando la composición de los *frames* y su contexto sociocultural a través de métodos cualitativos.

Como consecuencia de este debate metodológico sobre *Framing* que se centra en la selección entre métodos cuantitativos o cualitativos, se ha decidido ofrecer una visión integradora de la cuestión, utilizando la triangulación como propuesta global para dar respuestas a las cuestiones de esta investigación. Así ha sido posible obtener los datos pertinentes que transformados en dimensiones fácilmente operativas han permitido contrastar las hipótesis del estudio y concretar el modo en que los medios realizan el proceso de encuadramiento de los acontecimientos susceptibles de ser noticia con el fin de profundizar en el tratamiento informativo que la prensa da a la información hospitalaria de la Comunidad de Madrid.

En el análisis de contenido, se ha optado por utilizar una dimensión temporal longitudinal, teniendo en cuenta las noticias que trataron algún tema relacionado con el ámbito hospitalario de la Comunidad Autónoma de Madrid en los periodos de campañas electorales autonómicas de 2007 y 2011. Para establecer un análisis comparativo, realizamos idéntico seguimiento en las fechas que van desde el 11 al 26 de mayo durante los años 2004, 2005 y 2006, que coinciden con la campaña electoral autonómica del año 2007 y desde el 7 al 21 de mayo de los años 2008, 2009 y 2010, jornadas en las que se desarrolló la campaña electoral oficial para las elecciones autonómicas de 2011. En total, se han analizado los diarios El País, El Mundo y ABC de 120 días, lo que supuso que se revisasen 360 periódicos (tres por día) para contar con criterios de comparación y evolución de la agenda temática.

Resultados

Los datos de la investigación cuantitativa revelan que desde la perspectiva de los gestores de los hospitales el 58% de las noticias analizadas tienen un carácter negativo, el 34% positivo y el 8% neutro.

Las cifras también demuestran que la cobertura informativa que El País realiza respecto de los asuntos hospitalarios tiene una connotación mayoritariamente negativa (72,19%). Es destacable que es superior al de la suma de las noticias con enfoque negativo de los otros dos diarios analizados y triplica las que publica de carácter positivo. El Mundo también adopta esta línea crítica, aunque de una manera más moderada. Aunque sus noticias negativas (50,52%) superan las positivas, lo hacen en una proporción mucho menor.

Por el contrario, la valoración en las noticias del temario de ABC es fundamentalmente positiva (51,08%), hasta el punto que prácticamente duplica la de cada uno de los otros dos periódicos investigados. Por lo tanto estaríamos en condiciones de afirmar que a través de sus páginas respalda las políticas sanitarias del Gobierno de la región, del Partido Popular y critica las del Gobierno Central, del PSOE ya que en ocasiones, las noticias con enfoque negativo se refieren a cuestiones que son de su competencia.

El periodo analizado de 2007, que se corresponde con la campaña electoral, es en el que la proporción de negativas (76,92%) sobre positivas (23,08%) es mayor. Esto se debe a que El País únicamente publica noticias de carácter negativo dándole protagonismo al caso de *las inauguraciones de los nuevos hospitales* y a que El Mundo y ABC le dan menos relevancia al área de Sanidad en su temario. A pesar de ello es necesario reseñar que ambos diarios contrarrestan sus críticas con sendas noticias de carácter positivo y además en el caso de ABC cubriendo los beneficios de los nuevos hospitales e ignorando su supuesto carácter electoralista, algo que también hace El Mundo, omitiendo esta polémica a través del fenómeno conocido como *Agenda cutting*.

Sin embargo, en el periodo de 2011, también año electoral, es mayor el número de positivas y neutras (28,57% y 35,71% respectivamente) que el de negativas que suponen el 35,71% del total de ese año. Sólo en el caso de El País se invierte esta tendencia, que en el 60% de su cobertura sobre temas hospitalarios critica la política gubernamental. En cuanto a ABC, que no publica ninguna negativa, defiende la gestión sanitaria gubernamental mediante noticias positivas que no hacen referencia a asuntos políticos y el ataque a las estrategias electorales del candidato de la oposición. Esta diferencia de enfoques explica la asignación del carácter positivo en asuntos como *copago sanitario*, *colapsos hospitalarios* y *la gestión privada de los hospitales de titularidad pública* que a priori interpretaríamos como negativas en el apartado de tema principal de la noticia de la investigación cuantitativa realizada. La cobertura de El Mundo no muestra explícitamente su enfoque sobre estos asuntos ya que su encuadre trata de parecer neutral ofreciendo ante los temas polémicos las posturas de los dos candidatos de los partidos mayoritarios.

Según los datos de la investigación cuantitativa, las fuentes informativas de las noticias aparecidas en El Mundo, en el 31,37% de los casos y en ABC, en el 31,03% de los casos más frecuentemente mencionadas son los comunicados y las declaraciones de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid (Administración Pública). Sin embargo, El País, que es el diario que más noticias de carácter negativo ha publicado y menciona explícitamente sus fuentes con mayor frecuencia, le da prioridad a las fuentes Hospitalarias (33,66%).

Los años que coinciden con campañas electorales son aquellos en los que la proporción de noticias cuyas fuentes son los Partidos Políticos es mayor, 47,37% en la campaña electoral de 2007 (El País 21,05%; El Mundo 10,53% y ABC 15,79%) y 37,5% en la de 2011 (El País 25%; El Mundo 12,5% y ABC 0%). Ni en 2006, 2009, 2010 se publican noticias cuya fuente sean los Partidos Políticos. El PP sólo aparece como fuente informativa en el 2007 y 2008 y en ningún caso en el ABC.

De las seis noticias sobre hospitales de propiedad privada de la Comunidad Autónoma de Madrid publicadas en la prensa seleccionada durante los periodos temporales estudiados, sólo una tiene carácter negativo. Concretamente, en el periodo temporal de 2005, que no corresponde con campaña electoral, El País da cobertura a una noticia sobre el Hospital de Madrid aunque para saberlo hay que remitirse al cuerpo de la misma, puesto que en ninguno de los títulos (portada de sección e interior) se menciona el nombre de la clínica.

Del temario total de los tres soportes acerca de asuntos relacionados con hospitales de la Comunidad de Madrid, el 76% corresponden a las que han sido publicadas en la sección Madrid, el 18% a las que aparecieron en la sección de Sociedad, y el 6% en la sección de Nacional y la desviación de esta tendencia no es significativa si clasificamos las noticias atendiendo a su carácter valorativo.

Respecto a los periodos temporales que coinciden con campaña electoral, todas las noticias negativas que se publican en 2007 están ubicados en la sección Madrid, mientras que en 2011, el porcentaje baja al 60%, correspondiendo el resto a la sección de Nacional puesto que únicamente en estos dos espacios de tiempo no se publica ninguna noticia negativa en la sección de Sociedad.

De las 150 noticias publicadas sobre asuntos hospitalarios en los periodos estudiados, la prensa investigada únicamente ha estimado que ocho (5,33%) de ellas sean lo suficientemente relevantes para su aparición en portada. Sólo una, que publica El País en 2008 tiene connotación positiva y se refiere a los hospitales privados: “Casa, cochazo...y hospital privado”. En cuanto a las negativas, en el periodo temporal de 2008 la crisis provocada en el hospital 12 de Octubre por el desarrollo de *una bacteria en la UCI* da como resultado que El País introduzca en su temario tres noticias en fechas sucesivas con aparición en portada como noticia principal, que se exponen en la sección de Sociedad y El Mundo también presenta este acontecimiento en portada pero en una sola ocasión y otorgándole menor relevancia con un título de sumario y desarrollo en la sección Madrid. Asimismo, *la epidemia de gripe A* en el periodo temporal de 2009 genera tres noticias con relevancia para darle un espacio en portada en cada uno de los tres soportes.

Los datos de la investigación concluyen que es muy similar el número de negativas que aparecen en página par (45,98%) que aquellas que lo hacen en impar (43,68%). Únicamente el 10,34% tienen aparición en ambas.

En cuanto al tamaño de las noticias el 60,92% de las noticias negativas ocupan menos de media página y en torno al 15% una página completa o más. Esta tendencia se mantiene en cuanto a soportes y periodos temporales

Aproximadamente la mitad de las noticias de carácter negativas se ilustran con fotografía (48,28%) lo que le confiere una mayor relevancia. El País publica diez veces más noticias con fotografía de connotación negativa que positiva, El Mundo aproximadamente la mitad de cada una y ABC tres cuartas partes más de noticias positivas con fotografía que negativas. El número total de noticias

negativas que son publicadas con gráfico son 6 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 6,9%.

CONCLUSIONES

A pesar de que la relevancia que la prensa le da a las noticias sobre hospitales en la Comunidad de Madrid no es despreciable, tampoco se corresponde con la importancia en la demanda de información que sobre este asunto hace la sociedad.

Los datos parecen indicar que la tendencia dominante en la cobertura informativa de la prensa seleccionada referida a hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid es la negatividad, ya que en vez de resaltar aquellos aspectos por los que la OMS considera el Sistema Sanitario Español como uno de los mejores del mundo optan por destacar aquellos asuntos que tienen connotación negativa. Podríamos considerar que la prensa analizada está polarizada, inserta en el sistema mediterráneo según la clasificación de Hellin y Mancini (2004) en asuntos relativos a la gestión de los centros hospitalarios en la Comunidad de Madrid, respondiendo a un modelo de posicionamiento ideológico, con tendencia a proyectar en sus páginas la imagen de los hospitales públicos en función de la valoración que hacen de las políticas sanitaria. Asimismo los resultados constatan que los diarios prefieren la crítica a las políticas de un partido contrario a sus planteamientos, que resaltar los logros de aquellos que están más cercanos a su posición. (Hellin y Mancini, 2004).

En ocasiones este fenómeno se manifiesta explícitamente pero en la mayoría de los casos ha sido necesario un detallado análisis para percibir este sesgo que se vale de recursos como la selección de asuntos, en el que también es importante resaltar la importante incidencia del fenómeno de la *Agenda Cutting*, ya que lo excluido del temario implica una postura. Las sutilezas léxicas y conceptuales que hemos analizado en temas como Las listas de espera, los titulares valorativos, como en el asunto de *La bacteria de la UCI del 12 de Octubre* o *Las presuntas sedaciones irregulares de Leganés*, el material gráfico que acompaña la información de *La cuarentena en un cuartel por la nueva gripe*, entre otros, son mecanismos informativos, tan sutiles que no los percibimos conscientemente al leer una noticia pero que la prensa utiliza para enfocar los acontecimientos y evitar la evidencia de que se está haciendo opinión. Ante temas polémicos, como por ejemplo el *Colapso del Servicio de Urgencias de los hospitales*, dependiendo del diario que las publique, el tratamiento informativo puede focalizarse hacia el problema o hacia las soluciones según el enfoque que se le quiera dar.

En términos generales, el sesgo de las campañas electorales de 2007 y 2011 respecto a asuntos hospitalarios corrobora la hipótesis planteada: las políticas sanitarias gubernamentales, del Partido Popular, encuentran más apoyos en El Mundo y ABC, reflejándose en un mayor número de noticias positivas y menor de negativas, aunque entre ellos también hay diferencias ya que las páginas del segundo recogen la mayor cantidad de noticias favorables a la gestión del gobierno de toda la cobertura, por encima del primero. El País, es mucho más crítico traduciéndose en una cobertura con enfoque exclusivamente negativo.

Como consecuencia de estos resultados y con el fin de optimizar la imagen mediática de los hospitales, se propone el modelo ACINE basado en la despolitización de comunicación hospitalaria otorgando Autonomía a sus gabinetes de prensa, que deberían aumentar su grado de Conocimiento de los diferentes soportes respecto a los asuntos que les conciernen con el fin de proporcionarles información Individualizada que responda a Narraciones para construir imágenes a través de relatos y que proporcionen Explicaciones con el fin de actuar como portavoces de la comunidad científica. Además para ahondar en la valoración y aplicabilidad del modelo ACINE se aportan sugerencias acerca de futuras líneas de investigación que, en cuanto a objetivos y metodología, permitiesen validarlo.

I. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- I.1. LA IMAGEN DE LOS CENTROS HOSPITALARIOS
- I.2. MOTIVOS DE ELECCIÓN DEL TEMA
- I.3. OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN
- I.4. METODOLOGÍA SELECCIONADA EN ESTA INVESTIGACIÓN

1.1. La imagen de los centros hospitalarios

Desde un punto de vista conceptual podemos definir la imagen como la representación, estructura o esquema mental que tiene cada público acerca de un objeto (empresa, marca, producto o servicio), conformado por un conjunto de atributos “que permiten al sujeto una forma de conocimiento de los ámbitos donde éste vive” (Benavides en Nobell, Mora y Salar, 2010: 3). Por tanto, la imagen está siempre en el receptor, es una construcción mental propia del mismo.

Losada Díaz (2005) determina que la imagen, como representación de la realidad, se forma a partir de los estímulos que las personas reciben de diferentes fuentes de información y que clasifica en dos categorías distintas y complementarias: fuentes directas (cuando la información se recibe de la experiencia personal o del trato directo) o indirectas (cuando la información procede de un intermediario, que puede ser a través de las relaciones interpersonales, o los propios medios de comunicación).

En función del tema abordado por esta investigación debemos centrarnos pues en las fuentes indirectas y más concretamente en los medios de comunicación, responsables en gran medida de lo que se ha llamado la “sociedad de pseudoacontecimientos”. Se trata de una sociedad “donde las representaciones de la realidad acaban siendo más importantes que la realidad misma” (Losada Díaz, 2005: 1). Porque en los casos en los que no existe una experiencia directa, para que exista “coherencia entre los hechos y la percepción social, la realidad construida por los medios llegará a ser la realidad tenida en cuenta y comprendida a un alto nivel por todas las esferas de la sociedad”. (Lagadec en Rodríguez, 2004: 26). Incidiendo en esta idea, Vázquez Medel (1999: 221) subraya que “lejos de estar (la realidad) fundamentada en nuestra experiencia directa del mundo, nuestras imágenes de la realidad social provienen de los medios de comunicación”.

Por tanto, podemos considerar a los medios como co-productores de las identidades de las organizaciones, en este caso sanitarias, para sus públicos que son influidos por las representaciones que se hacen de ellas en el universo mediático. De ahí que numerosos autores los consideren uno de los factores más influyentes en la opinión pública contribuyendo de manera decisiva a la formación de la reputación corporativa que tienen las personas sobre las empresas (Capriotti en Nobell, Mora y Salar, 2010: 3).

En definitiva, los medios operan en la actualidad como los agentes que proporcionan a amplias capas sociales las informaciones y valoraciones que conforman las opiniones sobre las cuales rigen después sus comportamientos y toman sus decisiones. “Pero hay que hacer una aclaración, ya que esto no significa, en ningún caso, que podamos hacer el trasvase de los términos de Imagen y de Imagen Publicada de forma gratuita, de manera que puedan considerarse como realidades sinónimas”, (Nobell, Mora y Salar, 2010:5) ya que su naturaleza es radicalmente distinta, puesto que la imagen publicada tiene su fundamento en los discursos plasmados en los medios de comunicación no en las estructuras mentales.

Por tanto, debemos resaltar que el objeto de estudio de esta tesis son los textos publicados en los medios de comunicación, y no deben identificarse con las representaciones mentales

individuales en las que, como hemos mencionado, pueden llegar a influir de manera determinante. Así, cuando nos referimos a construcción mediática de la imagen, aludimos al estudio científico de las noticias publicadas en prensa, su incidencia en la agenda mediática y los enfoques que de la realidad presenta.

Además, conscientes de que la investigación de la construcción mediática puede ser abordada desde perspectivas diferentes en función de la fase del proceso productivo en el que nos situemos, hemos decidido centrarnos fundamentalmente en el análisis del mensaje, en la forma definitiva adoptada por la noticia, es decir, en el contenido concreto publicado, tanto en su dimensión puramente formal (espacio destinado, ubicación concreta, etc.) como en los contenidos transmitidos (temáticas, relevancias, enfoques, fuentes...).

Si nos preguntamos cuál es la imagen que los medios reflejan de los centros hospitalarios, Costa Sánchez (2008:20) nos ofrece una primera respuesta: “la prensa se interesa por la Sanidad con un espíritu de denuncia, quizá siendo consciente de que la cobertura sanitaria es una necesidad para el conjunto de la ciudadanía. Por ello, dan voz a las denuncias sociales de falta de equipamiento en hospitales, de falta de recursos humanos, de los conflictos laborales etc. Por supuesto, la explicación de este factor también ha de buscarse en el atractivo del valor noticia conflicto y la dinámica de las *bad news*.”

En efecto, señala Casero (2004:146) que, “en la construcción periodística de la realidad, la desviación constituye la norma, ya que más que resaltar las regularidades de la vida cotidiana, los medios de comunicación se fijan en aquellos acontecimientos que rompen la dinámica rutinaria, entre los que se incluye la crisis, lo que se traduce en una versión de los hechos donde prima lo llamativo sobre lo importante.”

Mia Doornaert (1999) defiende que los medios de comunicación en una sociedad democrática cumplen con su labor cuando se enfrentan a dos males: evitar divulgar conflictos porque son políticamente incorrectos y provocar mediante la alimentación de las llamas de las emociones, este último más presente en las sociedades democráticas.

Y de esta manera se generan las crisis de comunicación que los gestores de los hospitales, como de tantas instituciones públicas y privadas han de resolver. Según Bland (en Saura; 2005:13) “en términos de relaciones públicas, la crisis real no es lo sucedido, sino lo que la gente piensa que ha ocurrido y en este sentido, son los medios los que marcan la diferencia, realizando una cobertura interpretativa de carácter negativo de los hechos.”

Las crisis surgen por falta de entendimiento entre la institución y la sociedad, que no comprende o está en desacuerdo con la conducta de la organización frente a determinados acontecimientos. La institución puede causar o no la crisis pero siempre será considerada responsable en su resolución. Una respuesta diferente a las expectativas de la comunidad puede dar lugar a que esta dé un significado a la organización que no favorezca el desarrollo de sus actividades en el espacio social.

Es precisamente este contexto en el que nos indica la necesidad de centrarnos en el caso de las crisis de comunicación de los hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid. Porque

es en los momentos en los que las instituciones se encuentran en situaciones problemáticas cuando aumenta la atención de sus públicos objetivo, empleados, clientes y opinión pública y por tanto la comunicación adquiere una especial relevancia, pues puede llegar a cambiar o formar nuevas opiniones sobre ellas y como consecuencia la inversión en imagen y reputación que ha estado realizando durante largo tiempo se rentabilice o desaparezca.

En efecto, “en la actualidad, la abundancia de medios de comunicación en concurrencia con la atención del público, impide y vuelve contraproducentes los intentos de abordar una crisis sustrayendo a la opinión pública la revelación de hechos incómodos para la fuente. La demanda de la sociedad civil de mayor transparencia social es directamente proporcional al desarrollo de las sociedades democráticas y al declive del nivel de confianza que manifiesta la opinión pública hacia los expertos”. (Pozas y Toral; 2004: 14).

“Paradójicamente, las sociedades de la información, se han tornado en sociedades de riesgo, ya que el incremento de racionalización prometido por la modernidad, lejos de eliminar la incertidumbre y el temor a las contingencias, acaba produciéndolas, pues se han multiplicado las posibilidades mediáticas con la disponibilidad de nuevas tecnologías para el uso privado, como los teléfonos móviles o el intercambio de información a través de Internet o de otros dispositivos comunicativos, (Farré, 2004: 29-30)”.

Por lo general, las crisis aparecen en circunstancias especiales, en las que se conjugan los acontecimientos inesperados, espectaculares hasta el punto de interesar a los medios de comunicación, y en los que a veces acontecen dramas humanos. Sin embargo, a pesar de lo excepcionales que parezcan los escenarios de una crisis, esta no suele surgir de la nada. En ocasiones concretas, los desencadenantes de una situación crítica se encuentran más allá del alcance de la institución, pero la mayoría de las veces tienen sus raíces en las decisiones acertadas o erróneas de sus miembros.

Posiblemente por ser conscientes de esta situación, en España, desde hace relativamente poco tiempo, muchas empresas e instituciones comienzan a preocuparse notablemente por su imagen y por la repercusión que ciertas informaciones, rumores o apariciones públicas de sus líderes pueden ocasionarles y han empezado a llamar crisis a las situaciones conflictivas por las que pasan, es decir, empiezan a tener conciencia de que las padecen o son susceptibles de padecerlas, primer paso para considerar importante su gestión y control.

En el ámbito de la gestión de la comunicación corporativa en instituciones hospitalarias es necesario trabajar aspectos relacionados con la crisis fundamentalmente por las siguientes razones:

La importante demanda de la sociedad sobre informaciones relacionadas con el sistema sanitario se intensifica, provocando la alarma, en el caso de que existan situaciones conflictivas.

La importancia que tiene este tipo de información en la agenda de los medios de comunicación, sobrepasando en muchas ocasiones el ámbito local.

Una crisis en un hospital, sea de la naturaleza que sea, afecta no sólo a ese centro, sino a la totalidad de la imagen del sistema sanitario público y por tanto la respuesta ha de ser igualmente global.

Ante esta situación, es necesario que los gestores de estas instituciones influyan en la construcción de su imagen en la sociedad definiendo e implementando políticas de comunicación estratégica para conseguir que la prensa se centre en la cobertura de informaciones de carácter divulgativo, ya que “se puede dirigir la atención hacia los actos que dan origen a la noticia, para hacer uso de una función ‘formativa’, aportando conocimientos sobre enfermedades, sobre el sistema sanitario, líneas de investigación, etc.”. (Costa Sánchez, 2008:20).

1.2. Motivos de elección del tema

Durante mi trayectoria profesional como consultora, he desarrollado proyectos formativos en el área de comunicación dirigidos a directores de centros hospitalarios en varias ocasiones. En todos ellos la inquietud fundamental de este colectivo ha sido su dificultad para gestionar las relaciones institucionales con los medios de comunicación, tanto locales como nacionales. Concretamente en el año 2005, los gerentes de hospitales militares se lamentaban de que las noticias que se publicaban sobre las entidades que administraban hacían referencia exclusivamente a temas negativos y/o sensacionalistas, especialmente cuando se encontraban ante una situación de crisis operativa. Esta circunstancia fue el origen de mi decisión de enfocar la presente investigación hacia el tratamiento informativo que los medios de comunicación dan a los hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid, especialmente cuando se encuentran en dificultades.

Los hospitales son instituciones en las que, por su propia naturaleza, se desarrollan actividades susceptibles de generar conflictos. En ellos trabajan muchas profesionales, del ámbito sanitario o no, durante las veinticuatro horas del día, los trescientos sesenta y cinco días del año. Además están condicionados por proveedores, sin los cuales su funcionamiento sería imposible. Pero lo que les hace completamente diferentes al resto de organismos es que su misión es gestionar la salud de las personas.

Cada día se realizan multitud de pruebas diagnósticas, se atiende ambulatoriamente, por parte de los especialistas, a infinidad de personas, se trata miles de urgencias y se realizan cientos de intervenciones quirúrgicas. Sin olvidar atender sanitariamente y en internencia a aquellos pacientes que permanecen ingresados en los centros.

Abarcan problemas de muy variada índole, como anomalías o excepciones en los propios centros del sistema (errores médicos, fallos de tecnologías, huelgas de personal, infecciones hospitalarias, listas de espera, etc.).

Además, hay que tener en cuenta la vertiente humana, en la que la comunicación es clave. Estas organizaciones, públicas y privadas, han adoptado en los últimos años nuevas estrategias ante las crisis, y han pasado de ser escenarios puramente sanitarios a entornos sociales y políticos, donde el factor mediático se hace más relevante.

“Si tenemos en cuenta el punto de vista de los medios de comunicación, el sector salud ha sido tradicionalmente considerado como un sector cerrado en términos de acceso y opaco en términos comunicativos. La dificultad propia del lenguaje y de los conocimientos sobre medicina, así como la todavía escasa presencia en las redacciones de periodistas especializados en el área de salud, han contribuido en buena medida a dificultar las relaciones entre prensa y especialistas médicos”. (Costa Sánchez, 2011: 45).

“Los periodistas piden a los científicos una mayor sensibilidad ante la comunicación y la información (incluida una mayor comprensión ante las dificultades y problemas derivados de la tecnología de los medios), el uso de un lenguaje asequible, el desarrollo de sistemas de convivencia y relación y, en último término, que asuman su deber de informar al público

a través de los medios de masas. Por su parte, los científicos piden a los periodistas una información objetiva y rigurosa, comprobación de fuentes y de datos y cifras, presentación del aspecto humano de los investigadores y, en general, respeto por lo que se ha llamado la función sagrada del conocimiento”. (Calvo Hernando en Costa Sánchez, 2011:45-46),

Para Churchill (2000:125), una crisis de salud es un “evento no planeado que implica una amenaza real, percibida o posible contra el bienestar del público (o algún segmento de él), el ambiente o una agencia de salud afectada”.

“En salud, crisis y comunicación están íntimamente relacionadas. Todas las crisis de salud son también crisis de comunicación”, se dijo en el marco del *Sixth Futures Forum on Crisis Communication* promovido por la Organización Mundial de la Salud (Islandia, Mayo de 2004).

Por todo ello, parece obvio que, para la elaboración de los planes estratégicos de crisis, se deben contemplar algunos elementos fundamentales en su desarrollo, como el asesoramiento científico, las estructuras de enlace, mando y control, la preparación del sector sanitario y otros grupos y organizaciones y, por supuesto, la gestión de la información y de las comunicaciones en estas situaciones críticas.

Evidentemente en los hospitales todos los días se dan malas noticias. Y suceden hechos que a nadie gustan. Desde una mala contestación a una huelga; desde un error médico a una mala praxis; desde una larga lista de espera a la desaparición de expedientes médicos...

Pero si estas situaciones ocurren con bastante frecuencia, ¿por qué un acontecimiento concreto se transforma en noticia con repercusión pública?; ¿Qué es lo que hace que se publiquen en un periódico?; ¿Cuáles son los motivos que provocan que forme parte de las agendas pública, mediática y política?; ¿Qué papel tienen las fuentes en el tratamiento mediático de la crisis?

1.3. Objeto de la investigación

La investigación se centra en la incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Por tanto, la presente tesis doctoral, se encuadra en el Nivel Ideológico de la Psicología Social de la Comunicación (Doise, 1982 en Cuesta, 2004:17). “Desde esta perspectiva hemos de destacar que las representaciones colectivas tales como el sistema de creencias, en ocasiones imperceptibles para el sujeto debido a su constante presencia en su ambiente, los marcos de referencias sociales, los modelos y esquemas culturales, se manifiestan no sólo en el contenido de la comunicación mediática sino en el tratamiento y elaboración secundaria a que son sometidos estos contenidos.” (Cuesta, 2004:18).

1.3.1. Objetivos de la investigación

En este ámbito es en el que encuadramos el objeto de estudio de la presente investigación. El estudio de la construcción de la imagen de los centros hospitalarios en la Comunidad Autónoma de Madrid en prensa es el punto de partida para proponer un Modelo de Comunicación Estratégica (ACINE), para que sea el propio centro sanitario el que gestione la información de manera que favorezca su imagen entre sus públicos. De esta forma, podrían realizar una función canalizadora que les permita promover aquellos asuntos que les asocie con avances, adelantos e investigaciones y controlar la difusión de situaciones conflictivas y polémicas, consolidándose como fuente de información para los medios y contribuyendo en la creación de la identidad corporativa de la institución sanitaria.

Por tanto es necesario conocer la situación actual en la que se encuentra el sector hospitalario en la actualidad en cuanto a su dimensión mediática, analizando su presencia en prensa a través de las noticias que se publican sobre ellos y para lograrlo establecemos los siguientes objetivos operativos:

- Determinar la proporción entre noticias de carácter positivo, negativo y neutro desde la perspectiva de los gestores de los hospitales en los tres soportes seleccionados y en los ocho periodos establecidos, que servirá para hacer una aproximación a la evaluación moral que los *mass media* realizan del problema.
- Establecer el tipo de hospital al que hacen referencia las noticias, de manera que podamos determinar, tanto por soporte como por periodo temporal, la proporción entre noticias referentes a los hospitales de propiedad y gestión pública y privada.
- Clasificar el tipo de noticia en función de los hechos que la han provocado, lo que permitirá determinar la definición específica del problema y su interpretación causal que, como tal, hacen los distintos soportes.
- Definir la sección de publicación de cada una de las noticias con el fin de establecer en qué espacios informativos están ubicadas y su dimensión puramente formal (página en la que aparece, tamaño y elementos infográficos que la acompañan) y de esta manera conocer qué importancia de contexto

tiene para el diario lo referente a dicha crisis. Se considera que esto sería una manera de identificar qué mensajes, hechos y acciones son relevantes.

- Identificar las fuentes que menciona la noticia para conocer cuáles han sido los grupos de presión que han sido capaces de activar su interpretación de los hechos en las crisis hospitalarias y aportar criterios sobre la debatida cuestión acerca de quién establece los *frames*, si los políticos, los medios o bien ambos a la vez.
- Constatar si en el tratamiento informativo que la prensa ofrece del sistema hospitalario de Madrid se confirma el escenario representado por Gurrionero y Canel (2009) en el que se dan dos posturas políticas contrapuestas en pugna y apoyadas por los diarios afines. (*Framing*).
- Distinguir mediante el análisis comparativo como repercute en todos los aspectos estudiados la celebración de elecciones autonómicas (*Agenda setting*).

1.3.2. Estado de la cuestión

El punto de partida de esta tesis doctoral es la investigación secundaria, con la revisión y el análisis de estudios publicados acerca de aquellos temas que se consideran relevantes para obtener respuesta a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados. Según Cea D'Ancona (1998:220) “por investigación primaria se entiende cualquier tipo de indagación en la que el investigador analiza la información que él mismo obtiene, mediante la aplicación de las técnicas de obtención de datos. Por el contrario, la investigación secundaria se limita al análisis de datos recabados por otros investigadores (con anterioridad al momento de la investigación). Sin embargo ambos tipos de investigación no constituyen modalidades contrapuestas, sino complementarias.”.

Sería imposible plasmar en este documento, todas las conclusiones extraídas de estas lecturas, aunque muchas de ellas aparecen reflejadas en el marco teórico de la misma. Además queremos resaltar en este apartado aquellas que hemos considerado más relevantes y actuales para los objetivos y metodologías de esta tesis doctoral.

En los estudios respecto al emisor de los textos informativos, se analizan las características sociales, económicas, políticas y culturales que influyen en los productos de los medios y los procesos de construcción de mensajes, producción y toma de decisiones. Destacan las investigaciones basadas en el *newsmaking* en el que se analizan las rutinas productivas. Una de las perspectivas más desarrolladas en los últimos años es cómo los medios establecen su repertorio informativo (*agenda building*) mediante la selección de las noticias a partir de textos-fuente proporcionados por los gabinetes de prensa de diversas instituciones.

Los métodos utilizados en el estudio de los emisores son principalmente la observación directa o indirecta en los propios medios, las entrevistas con los profesionales, los estudios de caso y las encuestas. Sin embargo, el acceso a los procesos de producción periodística por parte de

los investigadores de la comunicación resulta complicado ya que la prensa se caracteriza por ser poco receptiva a la investigación crítica.

Entre la numerosa bibliografía consultada, cabe destacar la investigación de Frankenberg y Lozano (2010), en la cual a través de entrevistas en profundidad a cuatro importantes directivos de medios de Monterrey (México), prueban los complejos procesos de negociación y niveles de autonomía de los directivos frente a los intereses económicos e ideológicos de los propietarios de los medios y de la élite local en el poder. Asimismo, permite identificar las principales rutinas de trabajo e influencias individuales que moldean e inciden en los contenidos noticiosos.

También ha sido significativo el estudio presentado por Casero Ripollés y López Rabadán en el XVII Congreso Internacional de la SEP (mayo de 2011), en el que se presentan los principales avances científicos sobre la interacción entre los periodistas y las fuentes políticas y plantean líneas de investigación para los próximos años. En esta misma línea destaca el artículo de Andreu Casero (2008) en el que explica las necesarias relaciones entre periodistas y políticos a través de la propuesta de cinco modelos, entre los que destaca el de la negociación constante.

Otro documento que aporta interesantes datos sobre las relaciones profesionales entre empresas e instituciones y los medios de comunicación es el elaborado por Demométrica y Estudio de Comunicación (2006), en el que analizan los resultados obtenidos en una encuesta realizada a más de 220 profesionales del periodismo con puestos de responsabilidad en las redacciones y cuyas principales conclusiones aparecen en el marco teórico de esta tesis doctoral.

En cuanto al análisis de contenido en textos informativos, este se basa en el estudio de las representaciones sociales y culturales de los medios y de sus mensajes, la construcción de estereotipos, el estudio de las imágenes y el análisis de los textos, la semiótica. Por regla general, se trata de estudios de contenido descriptivo y comparativo, analizando la evolución de un aspecto concreto a lo largo de un periodo de tiempo o la representación social de los medios comparada con la realidad a través de un enfoque a determinados grupos sociales, minorías y marginación, etc.

Asunción Escribano ha dedicado gran parte de su producción literaria al análisis de textos informativos. Aparte de los libros de los que es autora, que se han utilizado como base para la investigación cualitativa de esta tesis, resaltamos por su proximidad al objeto de esta investigación, artículos como el dedicado al discurso reproducido en las informaciones electorales (2007).

También, caben destacar los trabajos de Carmen Costa Sánchez en los que, a través de aspectos descriptivos, cuantitativos y de análisis de contenido diagnostica la situación de la cobertura informativa que se realiza acerca de noticias de salud en los principales diarios de Galicia (2008) y elabora una reflexión sobre el papel de la prensa durante el primer mes de cobertura informativa de la gripe A, a raíz de la aparición del brote en México (2011) y de Nobell, Mora y Salar (2010) que analizan cómo se proyecta la presencia de los hospitales públicos andaluces en la prensa local.

Desde el punto de vista del análisis iconográfico señalamos el estudio de Otero y López (2012) en el que investigan la publicación por parte de los medios de comunicación impresos de los textos-fuente infográficos llegando a la conclusión del marcado carácter gubernamental y la presencia importante de fuentes institucionales.

Bryant y Miron consideran el *Framing* como una de las 26 teorías más relevantes de la segunda mitad del siglo XX (2004:693). Esto es así por dos razones fundamentales. Su versatilidad y su potencial explicativo (Weaver, 2007) permiten las sinergias entre principios duales anteriormente opuestos (psicológico y sociológico, empírico e interpretativo, cualitativo y cuantitativo) facilitando abordar todo el análisis del proceso de comunicativo en una misma línea conceptual. Además, en este comienzo de milenio, es importante el papel del *Framing* como instrumento estratégico de comunicación política principalmente en los Estados Unidos, en donde gran cantidad de estudios revelan cómo los políticos, *lobbies* o grupos de interés usan a los periodistas para comunicar su versión de los asuntos públicos.

Sin embargo, el éxito en cuanto a proliferación de artículos es sustituido por la controversia en su clarificación conceptual, debido fundamentalmente al pluralismo teórico y metodológico. Por eso en 1993, Entman definió el *Framing* como un “paradigma fracturado”, tratando de definir las bases para convertirlo en una teoría que ofreciera una explicación completa del proceso comunicativo.

El primer intento de unificar criterios se debe a Stephen Reese, quien en 2001 edita *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, en el que define su concepción del *Framing* como un modelo que sirve de puente entre diversas teorías y conceptos en la comunicación.

Posteriormente la publicación en marzo de 2007 de un volumen monográfico de *Journal of Communication* sobre *Agenda setting, Framing y Priming* (Tewksbury y Scheufele, 2007) da idea de la importancia que tiene esta teoría en la investigación actual sobre comunicación social.

Además, a finales de 2009, D'Angelo y Kuypers publican *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, obra de referencia en la que presentan las tesis principales y las más recientes líneas de investigación de los autores más importantes que han contribuido durante los últimos años a situar este concepto como base para entender mejor cómo se da el proceso informativo, con el fin abrir futuras líneas de investigación.

Esta obra se divide en tres partes, una que trata la creación de los *frames* (Reese, Scheufele y Van Gorp); una segunda que analiza los efectos que éstos tienen sobre las audiencias (Claes De Vreese y a Renita Coleman) y una última que aborda perspectivas integradoras (Entman, quien desarrolla su interpretación del *Framing* en términos de poder a partir del concepto *bias*, un proyecto en el que comenzó a trabajar en 2007). Sus principales aportaciones son abrir líneas para que otros investigadores tomen el relevo y las desarrollen, y la agrupación en un solo volumen de las tesis principales y más recientes de los más importantes científicos.

De estos estudios, se desprende la identidad del *Framing* como teoría comunicativa y su autonomía frente a otras perspectivas (Reese, 2007; Van Gorp, 2007) que está avalada por dos principios. La composición dual, psicológica y sociológica, del concepto de *frame* y la naturaleza interactiva del proceso de *Framing*.

Por su parte, el debate metodológico actual se centra en la selección entre métodos cuantitativos o cualitativos. Los cuantitativos, principalmente análisis de contenido y técnicas experimentales, parten de la premisa de que es posible identificar de forma exhaustiva y medir con precisión todos los elementos de encuadre presentes en el discurso. Mientras los cualitativos, caso del análisis del discurso, los grupos de discusión o las entrevistas, tiene una mirada interpretativa más realista y contextualizada ante el carácter parcialmente latente del fenómeno, pero generan otro tipo de problemas, como son una complicada categorización o una excesiva influencia del analista.

Afortunadamente, comienza a imponerse una visión más integradora entre ambas perspectivas (Hertog y McLeod, 2001; Reese, 2007), tratando de alcanzar niveles aceptables tanto de fiabilidad como de validez científica (Matthes y Kohring, 2008).

Respecto al estudio del *Framing* en España, cabe destacar las tesis doctorales de Teresa Sádaba (2001) y de Belén Amadeo (2002), dirigidas por María José Canel, trabajos metódicos y exhaustivos que reflejan el desarrollo de los estudios en el ámbito teórico. Asimismo, cabe resaltar los artículos de Vicente Mariño y López Rabadán como base conceptual y evolutiva sobre el estado del *Framing*, en los escenarios internacional y español.

Sin embargo, como ellos mismos indican (2009), el balance presenta un evidente desequilibrio entre la reflexión teórica y el desarrollo empírico, que sigue en segundo plano. Tras revisar el contenido de las cinco revistas que utilizan el Índice de Impacto para las Revistas de Ciencias Sociales (In-Recs) como fuente para el campo de las ciencias de la comunicación, concluyen que los primeros trabajos españoles se publican en 1999 y desde entonces se encuentran una distribución relativamente homogénea, con el problema de que la cantidad de investigadores radicados en centros españoles que han publicado trabajos sobre *Framing* en las revistas de referencia se limita a diez. (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:26-27).

“La Universidad de Navarra ha mostrado una mayor producción, irrumpiendo en la escena posteriormente los centros madrileños y la Universidad de Salamanca. De hecho, el grupo dirigido por Juan José Igartua se ha mostrado como el más prolífico en la última década. Sin embargo, y por desgracia, más allá de estas excepciones de calidad, la imagen que devuelve esta revisión evidencia que la comunidad científica que maneja los principios teóricos y prácticos del *Framing* sigue siendo limitada”. (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:27).

Las investigaciones más destacables en España, por orden cronológico y que han resultado de gran utilidad como base para la investigación primaria, han sido:

Igartua Perosanz; Muñiz Muriel; Otero Parra; De la Fuente Juan (2007): Tomando como referencia la teoría del *Framing* analizan el tratamiento informativo de la inmigración ofrecido en los medios de comunicación españoles, debido al papel que pueden jugar en la formación

de estereotipos y prejuicios. Los resultados muestran que la mayoría de las noticias hacen referencia a asuntos de carácter negativo, destacando el encuadre que vincula delincuencia e inmigración. Finalmente, reflexionan sobre las consecuencias socio-cognitivas de esta práctica mediática, que convierte un proceso social en un problema público.

Gurriñero y Canel (2009): A partir de este modelo teórico sobre el terrorismo en España muestran un escenario en el que el gobierno socialista no consiguió un apoyo sin fisuras de la oposición y los medios a su política antiterrorista en la primera legislatura (2004-2008). En España, según los autores, aparecen dos comunidades, con sus políticos y medios de comunicación alineados, que se disputan el predominio sobre la explicación de una misma realidad.

Rodríguez y Castromil (2010): Presentan un estudio en el que examinan la evolución de diferentes temas de la agenda pública española a lo largo de la legislatura 2004-2008, el encuadre que ha construido la prensa de referencia sobre ellos y su posible permeabilidad en el discurso ciudadano. Para ello, han identificado y reconstruido los encuadres (*frames*) de varios temas clave de la campaña electoral de 2008 en El País, El Mundo y ABC y han llevado a cabo un seguimiento de su evolución a través del discurso de un grupo de votantes cercanos al centro del espectro ideológico.

Bartolomé y Rodríguez Virgili (2012): El objetivo de esta investigación consiste en comprobar si el encuadre del gobierno socialista español sobre la situación económica a lo largo de la segunda legislatura (2008-2011) ha sido capaz de imponerse al de la oposición política en los principales diarios, o por el contrario, éstos han ofrecido versiones alternativas. Este trabajo se propone descubrir si, ante una situación económica excepcional, el gobierno de España ha sido capaz de activar, a lo largo de la legislatura, su interpretación de los hechos al resto de niveles establecidos por Entman en su modelo de activación en cascada.

Sánchez Castillo (2012): Las enfermedades raras afectan directamente a más de 3 millones de personas en España. Por lo tanto, pueden ser considerados como una de las principales preocupaciones sociales de la salud. Los datos aportados en el presente trabajo son el resultado de la aplicación de análisis de contenido sobre el tratamiento dado por la prensa a los pacientes de enfermedades raras a través de las noticias y fotos publicadas en los principales periódicos españoles. De acuerdo con la teoría de la elaboración, este estudio tiene como objetivo revelar el conjunto de posibles marcos, así como los encuadres noticiosos latentes que pasan desapercibidas a primera vista, y las imágenes incluidas en estas noticias.

Paricio-Esteban, P., Rodríguez-Luque, C. y Rabadán-Zaragoza, M. J. (2012): En este artículo, se presentan los resultados de analizar 103 textos que versaban sobre el alcohol en los diarios El País (22), El Mundo (35), ABC (24) y La Razón (22) en los meses de enero a junio de 2009. Los textos en los que se menciona al alcohol suelen ser noticias (66,9%) cuyo tema principal está relacionado con el conflicto (19 textos) destacando los textos que lo relacionan con la conducción (9). El encuadre o *frame* más representativo usado por los periodistas es el delito en 62 textos y hay también una proporción considerable dedicada a nuevas investigaciones (11 textos) y a epidemiología (15 textos). Sin embargo, se aprecian pocos de textos dedicados a la prevención (4,85%) o a la presencia de instituciones dedicadas a ello (2,91%).

Castromil, A. y Chavero, P. (2012): Con este estudio pretenden establecer las diferencias y similitudes internas en cada una de estas las opciones mediático-ideológicas a las que se refieren como “la prensa de derecha (*El Mundo y ABC*) y la de izquierda (*El País y Público*)” (pp.56). Algunas de las conclusiones a las que llegan con este análisis son la diferente neutralidad mediática en función de la polarización ideológica de los diarios o los temas en los que se centran cada uno de ellos.

1.3.3. Aportación pretendida

Esta tesis doctoral ha sido realizada con la pretensión de presentar una propuesta de Modelo de Comunicación Estratégica (ACINE) para que los centros hospitalarios gestionen la información con el fin de favorecer su imagen en la prensa.

La idea es aportar a la comunidad científica una nueva vía de trabajo para la investigación de la construcción mediática de la imagen de los hospitales en prensa a través del estudio del caso de las crisis de comunicación en los hospitales madrileños, en el que convergen aspectos de comunicación política, corporativa, sanitaria y científica.

La conclusión a la que hemos llegado como consecuencia de la investigación secundaria realizada es la escasez de investigaciones acerca del tratamiento informativo sobre crisis en los hospitales españoles y más concretamente de la Comunidad de Madrid, lo que demuestra la necesidad de realizar la investigación primaria acerca de este tema. Sin embargo, a pesar estar enfocados más genéricamente al tema de salud, es necesario mencionar los trabajos realizados por Costa Sánchez en 2008 titulado “Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia”, por Ugarte, Menéndez y Cuesta en 2009 sobre “Prensa escrita y salud en Madrid” y por Nobell, Mora y Salar en 2010 en el que abordan “La proyección de los hospitales públicos en la prensa local. El caso de Andalucía”.

Se trata de establecer las razones por las que un acontecimiento negativo que sucede en una institución de gestión pública adquiere notoriedad al convertirse en noticia y sin embargo otros pasan desapercibidos, en qué medida las campañas electorales tienen influencia sobre este fenómeno y qué otros factores inciden en este tipo de coberturas periodísticas.

Para ello, se investiga la manera en la que este tipo de noticias es reflejado en el ámbito del contenido de los medios. Hemos determinado que aunque la disciplina del *Framing* como herramienta disponible nos ofrece muchas posibilidades, aún no han sido exploradas. En consecuencia hemos trabajado los encuadres mediáticos desde su dimensión de carácter temático, en la que se sitúan aquellos sobre cuestiones de actualidad concretas en el que se enmarcan las crisis de comunicación en los hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid.

De esta manera, a través de métodos de recogida de datos heterogéneos, aplicando procedimientos cuantitativos y cualitativos, como lógica de triangulación, pretendemos contribuir en el avance de un constructo teórico ajustado al tema de estudio y proponer nuevas líneas de investigación orientadas al progreso de esta disciplina.

1.3.4. Delimitación del tema

El estudio del fenómeno de la construcción mediática de la imagen puede ser abordada desde perspectivas diferentes en función del momento del proceso productivo de textos periodísticos en el que nos situemos. Esta investigación doctoral se centra en el análisis del mensaje en sí, es decir, el estudio de las noticias referidas a hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid tanto en su la dimensión puramente formal como de los contenidos transmitidos a través de los *frames* como reflejo de la interpretación que los medios hacen de los acontecimientos.

Desde la certeza de que los lectores son los principales responsables de la imagen que tienen de cada institución y que los medios tienen capacidad para influir en la asignación de los atributos que acaban configurando esta imagen, esta investigación se concretará en evaluar objetivamente el material publicado por los medios, al margen de su posible influencia.

1.3.4.1. Delimitación espacio-temporal

En el análisis de contenido, se ha decidido utilizar una dimensión temporal longitudinal, teniendo en cuenta las noticias que trataron algún tema relacionado con el ámbito hospitalario de la Comunidad Autónoma de Madrid en los periodos de campañas electorales autonómicas de 2007 y 2011. Para establecer un análisis comparativo, realizamos idéntico seguimiento en las fechas que van desde el 11 al 26 de mayo durante los años 2004, 2005 y 2006, que coinciden con la campaña electoral autonómica del año 2007 y desde el 7 al 21 de mayo de los años 2008, 2009 y 2010, jornadas en las que se desarrolló la campaña electoral oficial para las elecciones autonómicas de 2011. En total, se han analizado los diarios El País, El Mundo y ABC de 120 días, lo que supuso que se revisasen 360 periódicos (tres por día) para contar con criterios de comparación y evolución de la agenda temática.

Teniendo presente los datos de de la AIMC de 2007 y 2011, pasamos a dar cuenta de las razones de la elección de los diarios El País, El Mundo y ABC:

- Son diarios nacionales, es decir, los hechos que tienen que cubrir son los mismos en los tres casos.
- Del total de periódicos de información general son los más leídos.

Tabla 1: Lectores/día El País, El Mundo y ABC en 2007 y 2011.

Lectores/día	2007	2011
El País	2.182.000	1.911.000
El Mundo	1.443.000	1.245.000
ABC	681.000	733.000

Fuente: AIMC.

- Aunque la Comunidad de Madrid no sea de las más lectoras de periódicos, del total de sus habitantes (concentrados en su mayoría en la capital), el 39,6% son lectores

de prensa. Según los datos de la AMCI, la mayoría de este 39% se divide entre lectores de *El País*, *El Mundo* y *ABC*. Siendo los de *El País* los más numerosos.

- Por la facilidad para la aplicación de la metodología que permiten los tres diarios, al ser un material accesible y manejable.
- Porque coincidimos con Álvarez López (2004:192-193) en que “debido al fenómeno de la “nacionalización” de las campañas autonómicas, estos tres diarios de tirada nacional y con secciones específicas de Madrid, reflejan mejor el fenómeno del *Framing*, a diferencia de haber optado por diarios locales y de poca penetración entre el votante madrileño”.
- Estos periódicos “representan diferentes perfiles periodísticos y recogen una pluralidad de tendencias ideológicas según sus líneas editoriales”. (Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:444). “Los enfoques acumulados a lo largo de la historia de cada periódico han hecho que la mancheta de los tres diarios tengan fuertes connotaciones” (Canel, 1999:114). De esta manera se pueden observar en la investigación versiones ideológicas diferentes.
- Porque los tres periódicos, se sitúan dentro de los grandes grupos mediáticos que controlan los medios de comunicación en España y Madrid.
- Porque consideramos que, por ese liderazgo, son los que tienen una mayor capacidad para influir, a través de sus noticias, al público, al llegar a un mayor número de lectores, y que se constituyen en diarios de referencia a nivel nacional.

Según indican Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili (2012), en relación con las diferencias entre los sistemas políticos, cada país desarrolla su propio sistema de medios. En 2004, Hallin y Mancini sintetizaron en tres los principales sistemas mediáticos del mundo: el mediterráneo o polarizado pluralista, el democrático corporativista propio del norte y centro de Europa, y el liberal característico del Norte y el Atlántico (en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012: 455).

El Sistema Mediático Español se inscribe en el primero, al que también pertenecen Portugal, Grecia, Italia y Francia. Significa una institucionalización menor de la profesión periodística, de modo que los profesionales de los medios están sujetos a más presiones externas. Se ven presionados no sólo por los requisitos del mercado sino también por cuestiones políticas: “Una de las mayores características de la región mediterránea es el uso de los medios de comunicación por parte de varios actores como herramienta para intervenir en el mundo político”. (Hallin y Mancini en Rodríguez y Castromil, 2010:197).

Como consecuencia, “destaca el fuerte paralelismo entre el discurso de los medios y el de los políticos afines, y un gran enfrentamiento entre los dos grandes bloques resultantes. Esto convierte al sistema de medios español en un “periodismo de trincheras” (López Escobar en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:455), que avoca a la creación de dos comunidades enfrentadas que rivalizan por el establecimiento de los términos de debate y definición de cada uno de los temas del debate público” (Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:455). Hellin y Mancini (2004) exponen, que los medios españoles están polarizados y se observa

una clara continuidad entre estos medios y los partidos políticos. Los medios de comunicación en España no son neutrales sino que se insertan dentro de una lucha partidista. Más que informar, se trata de conseguir adeptos a una causa, más que fomentar el debate público, se quiere ofrecer una visión parcial de los hechos.

Rodríguez y Castromil (2010:210) sostienen que “tanto los diagnósticos como las atribuciones de responsabilidad que hacen los medios (de los asuntos que abordan) pecan de tendenciosidad y polarización política, siendo percibida o transferida igualmente a los ciudadanos sin sonarles extraña o ajena. Es decir, los individuos emplean los *frames* para interiorizar la realidad política en un contexto de íntima relación entre medios y partidos políticos como el que se vive en España, propiciado por un sistema mediático que toma partido ideológico”.

“En las páginas de los principales periódicos españoles lo que prevalece es el posicionamiento hacia un determinado candidato, partido político u opción ideológica. (...) Es decir, la construcción de la opinión de los ciudadanos depende, al menos en parte, de un sistema de medios de comunicación muy vinculado a los partidos políticos”. (Castromil, A. y Chavero, P., 2012:57).

Pero llegados a este punto, cabe preguntarse si son los partidos y sus candidatos los que influyen en función de sus intereses a los periodistas o al contrario, son los medios los que marcan la agenda a sus políticos. “Si fuese así estaríamos pasando de una prensa de partido a partidos vinculados a la prensa”. (González, 2008:352). “Los medios de comunicación ofrecerían al partido afín los temas y encuadres en torno a los cuales debe girar la lucha partidista y una vez interiorizada tal agenda en las élites partidistas, cumplirían la inestimable labor de ofrecérselo a los ciudadanos ganando votos y adeptos a la causa”. (Rodríguez y Castromil, 2010:197).

“En el momento que nos ha tocado vivir lo que impera son los *partidos vinculados a la prensa*” (González, 2008) en los que, siguiendo la lógica de “paralelismo” entre medios y política (Hallin y Mancini, 2004), se produce una relación nada clara entre los dos ámbitos: unas veces es la prensa afín la que consigue imponer sus prioridades (temas de debate y encuadre de los mismos) y, otras, es el partido el que logra el inestimable apoyo de parte de la prensa de referencia a sus iniciativas legislativas o de gobierno” (Castromil, A. y Chavero, P., 2012:57).

Los tres periódicos nacionales de información general de mayor tirada (El País, ABC y El Mundo) enfocan diariamente la realidad de modo distinto. Según Castromil y Chavero (2012: 59), los tres “responden, al mismo tiempo, al alineamiento ideológico con cada uno de los polos: *El País* (de tendencia progresista) y *El Mundo* y *ABC* (de tendencia conservadora)”.

Canel (1999) sostiene que lo hacen no sólo en las páginas de opinión sino en todo el periódico, rompiendo sutilmente la clásica separación entre información y opinión. Como resultado, las tres manchetras, son tres relatos diferenciados, claramente identificables.

Esta misma autora incide en que “son tres periódicos con tres enfoques diferentes y si en el pasado el objetivo del periodista consistía en lograr independencia editorial, ahora es esencial saber identificarse con la empresa contribuyendo a la creación de un producto coherente, en línea con la imagen que los lectores tienen del periódico”. (Canel, 1999:114). “El cúmulo de

enfoques que de la realidad hacen los diarios a lo largo de su historia crea una imagen, una identidad corporativa, una mancheta que adquiere un peso social que hace que el periódico es lo que es, distinto del de la competencia”. (Canel, 1999:113).

En conclusión, las informaciones analizadas muestran que estos tres diarios, tienen identidades corporativas diferentes, claramente identificables y diferenciales. Hacen opinión a lo largo de todo el periódico y a través de la información. El tratamiento que dan a las noticias muestra que las mismas informaciones están enfocadas de modo diferente. Por medio de la selección de temas, la inclusión o exclusión de matices, el diseño de portadas o la redacción valorativa de titulares los tres diarios manifiestan, de manera sutil o explícita, una postura.

“*El País* es la cabecera española de referencia, perteneciente a uno de los principales grupos de comunicación (aunque en los últimos años está siendo uno de los más perjudicados económicamente), Prisa. Nació tras la dictadura franquista (1976) situando a los ciudadanos progresistas como su *target* principal y pronto se consolida como líder en la prensa, toda vez que se convierte en el referente para las nuevas clases profesionales que emergen con la democracia y que se acercan al diario gracias a su línea conservadora en lo económico, de centro en política y más liberal en lo sociocultural. En términos partidarios, *El País* es históricamente cercano al PSOE, en el gobierno (estatal) en el período de nuestro análisis”. (González en Castromil, A. y Chavero, P., 2012:61).

“El País se presentó desde el principio como un periódico formalmente serio, todo letras, con mucha cita de intelectuales, sin concesiones fáciles a las grandes fotos y titulares. Su opción política fue el Partido Socialista Obrero Español (PSOE)” (Cruz, 1996; Espantaleón, 2002; Seoane, 2004 en Montero, Rodríguez-Virgili y García-Ortega. 2008:297).

“El segundo periódico más importante de España, *El Mundo*, nace en 1989 de la mano de su director Pedro J. Ramírez (tras su marcha de Diario 16) y lo hace con la idea de aumentar el pluralismo existente; aunque se definió como “moderado” en sus argumentaciones, ya comenzó con fuertes críticas al PSOE por la política de concesión de licencias. En la actualidad pertenece al grupo italiano Rizzoli-Corriere della Sera (RCS) y sigue manteniendo una línea editorial conservadora en todas las materias”. (Castromil, A. y Chavero, P., 2012:61).

“*ABC* es un periódico vinculado a proyectos personales, (...) desde su origen propiedad de la familia Luca de Tena, un modelo familiar con el que ha sobrevivido todo el siglo XX, dictadura incluida, hasta que a mediados de los 90 pasa al grupo Correo y posteriormente a Vocento (aunque la familia Luca de Tena sigue vinculada), manteniendo su carácter conservador y monárquico”. (Castromil, A. y Chavero, P., 2012:61).

“Los enfoques acumulados a lo largo de la historia de cada periódico han hecho que las manchetas de los tres diarios tengan fuertes connotaciones. El culturista ABC, dirigido a un nicho del lectorado bien identificado, es bastión del tradicionalismo español, monárquico y nacional, católico e intelectual. El País es, de los tres, el que más encaja en la corriente objetivista: utiliza la técnica argumentativa analítica con la que da una imagen de moderado, progresista, abierto y tolerantes, defensor del consenso e intelectualista. Pero tras esa técnica se esconden claros enfoques de las noticias, expresados, más que en las páginas de opinión, en

la inclusión o exclusión de matices de las informaciones, de temas, de personajes. Por último el incansable y autoproclamado denunciante de la corrupción política El Mundo connota rotundidad, agresividad, denuncia; connotaciones en las que la definición del papel de un diario en la sociedad queda desdibujada”. (Canel, 1999:114).

1.4. Metodología seleccionada en esta investigación

Desde el Nivel de Análisis Explicativo, considerado el de mayor profundidad epistemológica, puesto que su pretensión es conocer, a escala causal, las razones de los fenómenos de comunicación mediática (Cuesta, 2004:25) esta tesis doctoral pretende construir un modelo (ACINE) que sea útil para la gestión de la Comunicación Estratégica de las instituciones hospitalarias.

1.4.1. Formulación de hipótesis de investigación

Hipótesis Principal: Si como sostienen Hellin y Mancini (2004) los medios españoles no fuesen neutrales sino que estuviesen polarizados, insertos en una lucha partidista en la que se observase una clara continuidad entre estos ellos y los partidos políticos entonces la selección que El País, El Mundo y ABC harían de unos u otros acontecimientos para su publicación y los enfoques que darían cada uno de estos diarios a un mismo hecho noticiable serían diferentes y/o contrapuestos, posicionándose a través del encuadre de las noticias con una valoración positiva, negativa o neutra desde la perspectiva de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid, en tanto en cuanto respalden o critiquen la política sanitaria gubernamental autonómica.

- **Hipótesis 1:** Si la prensa se interesa por la Sanidad con ánimo de denuncia, entonces el número de noticias publicadas relacionadas con hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid sobre acontecimientos de carácter negativo (crisis), será mayor que el de noticias sobre acontecimientos de carácter positivo (divulgativos).
- **Hipótesis 2:** Si se extrapolasen al ámbito de noticias sobre hospitales las conclusiones del estudio de Castromil y Chavero (2012:75) respecto a la cobertura de las elecciones municipales y autonómicas de 2011 en las que sostienen que “*El Mundo y ABC apoyan al PP y atacan al PSOE, mientras que El País (...) hace lo propio ensalzando a los socialistas y atacando a los populares*”, entonces encontraríamos que en las campañas electorales autonómicas de 2007 y 2011, el número de noticias de carácter negativo desde la perspectiva de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid sería mayor entre las publicadas por *El País* que en las que aparezcan en *El Mundo* y *ABC*. La tendencia inversa se dará respecto a estos dos diarios, que enfocarán las noticias de manera que sean propicias para los intereses del partido en el gobierno en la CAM, del Partido Popular en ambas legislaturas, reflejándose en un mayor número de noticias positivas y/o neutras desde el punto de vista de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid que las que aparezcan en *El País*.

- **Hipótesis 3:** Si la cobertura mediática crítica en prensa en cuanto a los hospitales de titularidad pública se centra en las decisiones políticas sanitarias de la Comunidad de Madrid y sus consecuencias, ya sea con un contenido genérico, aquel que afecta directamente a los hospitales pero en el que no se menciona explícita y/o concretamente a ninguno de ellos, ya sea aquel en el que se hace referencia a un centro hospitalario determinado, entonces la atribución de las fuentes como aquellas que proporcionarían la mayor parte de información a los medios serían las fuentes gubernamentales (Administraciones Públicas) o políticas (Partidos Políticos).
- **Hipótesis 4:** Si las noticias sobre hospitales de propiedad privada de la Comunidad Autónoma de Madrid no están condicionadas por decisiones políticas, se espera encontrar un mayor número de noticias sobre acontecimientos de carácter positivo (divulgativos) en detrimento de las noticias sobre acontecimientos negativos (crisis), que la celebración de elecciones no afecte esta tendencia mediática y que la atribución de las fuentes como aquellas que proporcionarían la mayor parte de información a los medios serían las fuentes no gubernamentales o políticas de la Comunidad de Madrid (hospitalarias, pacientes y familiares u otros).
- **Hipótesis 5:** Si las noticias tratan sobre hospitales de la Comunidad de Madrid, la expectativa es que la mayor parte se publiquen en la sección o suplemento de Madrid y que no tengan presencia en las portadas de los diarios.
- **Hipótesis 6:** Si la demanda de la sociedad sobre informaciones relacionadas con el sistema sanitario es significativa, entonces la relevancia de este tipo de noticias debe ser notable reflejándose en su tamaño, ubicación y presencia de material infográfico.

1.4.2. Selección e identificación de la unidad de análisis

La unidad de análisis es la noticia o reportaje en el que aparezcan referencias explícitas y/o implícitas a los hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid.

“La comunicación de masas, y la noticia en concreto, es una realidad compleja, diversa y cambiante. Nos encontramos ante una realidad poliédrica de la que sólo damos cuenta de alguna de sus caras”. (Rodrigo Alsina, 1993:27).

Señala Emilio Moreno (2008) que la noticia es la transcripción de un evento que presenta características específicas: magnitud, excepcionalidad, novedad o reiteración, especial relevancia, área importante o población afectada. En este sentido, el mensaje que se debe trasladar a la sociedad ha de responder a varios interrogantes (qué, cuándo, cómo, dónde, por qué y, sobre todo, qué se ha hecho, qué se está haciendo y qué se va a hacer y en qué tiempo), y tiene que adoptar un contenido (verdadero, creíble, real, claro, conciso, completo,

coherente, contrastado, comprensible, estructurado, sencillo, acrítico y no especulativo) y una forma (precoz, dirigido a una población diana, periódico, competente, que imparta confianza y tranquilidad, a la vez que demuestre interés, preocupación y experiencia), y además debe provocar modificaciones positivas en el comportamiento colectivo de la población, e influir en actitudes y conductas individuales.

Para el estudio de los *frames*, hemos decidido tomar como unidad de análisis los titulares, ya que como advierte Lorenzo Gomis, “el titular es la substancia de la noticia. (...) Sólo cuando se tiene el titular se tiene la noticia. O, más exactamente, el titular es la noticia” (1991:31). En esta línea, el libro de estilo del diario El País (1982:31) establece que “los titulares constituyen el principal elemento de una información” y que “sirven para centrar la atención del lector e imponerle su contenido”. Una definición similar brinda Mar de Fontcuberta (1993:117), quien afirma que “los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia para despertar el interés del público”.

Tankard especifica algunos mecanismos que sirven para analizar los *frames*. “Se trataría de la observación y análisis de elementos como títulos, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, entradillas, fuentes, citas, estadísticas, tablas o gráficos. De ellos, conjuntamente o por separado, se puede desprender el enfoque de una noticia porque determinan, por ejemplo, qué ideas se subrayan y cuáles se ocultan”. (Sábada en Noguera, 2006:200). Todos ellos, recogidos con el sustantivo que los engloba: titulares, son objeto de estudio en esta investigación tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo para determinar los *frames* en el tratamiento informativo de las noticias sobre hospitales en la Comunidad Autónoma de Madrid.

“La primera impresión que recibimos de una noticia suele ser a través del titular (...). Son una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del medio. Un mismo acontecimiento puede titularse desde puntos de vista contrarios”. (Fontcuberta, M., 1993: 117). Asimismo, Escribano (2008) determina que la relación que existe entre el titular y el resto de la noticia es catafórica y en él se anticipan datos que después se repiten en el cuerpo de la información.

“El titular es la presencia duradera de hechos cambiantes. Es hacer pensar a la gente si será verdad aquello que se dice que pasa y qué va a pasar como consecuencia de aquello que se dice que pasa. La gracia del titular está en que la gente empieza a hablar del hecho antes de haber leído siquiera la información entera que lo cuenta. La función de las noticias es modificar la conciencia de la realidad, y la de los titulares promover una conciencia común”. (Gomis en Fontcuberta, M., 1993:129).

En la práctica es frecuente que el lector se limite a leer sólo el encabezamiento de la información y hay autores que consideran que los titulares “constituyen las únicas secuencias leídas por gran parte de los consumidores de diarios”. (Sánchez en Escribano, A., 2008:12).

La primera fase, de selección e identificación consistió en revisar cada uno de los diarios (en la hemeroteca de la facultad de Ciencias de la Información) con el fin de localizar las unidades de análisis, noticias y reportajes, que tengan como tema principal hechos ocurridos

o relacionados con hospitales, públicos y privados de la Comunidad Autónoma de Madrid. Este proceso de selección y localización de unidades de análisis dio lugar a que se identificaran y sometiesen a análisis 150 noticias.

Se descartaron aquellos suplementos y secciones que no tenían que ver con los intereses de esta investigación: deportes, cultura, espectáculos, medios de comunicación, clasificados, entre otras.

También se han desestimado los suplementos de estos diarios, incluso los específicamente dedicados a temas de Salud y Sanidad, excepto los de información local de Madrid ya que, después de un análisis de estas secciones, hemos determinado que se dedican a la divulgación de estudios científicos, habitualmente aplicados a la salud de las personas, pero no hacen referencia a la gestión hospitalaria, objeto de nuestro estudio.

Después de efectuar el proceso de codificación, se realizó un nuevo análisis sobre un 50% de las noticias seleccionadas aleatoriamente (75 noticias), con el objetivo de calcular la fiabilidad del proceso de codificación.

1.4.3. Selección de métodos y técnicas principales para la presente investigación

La selección del método de investigación ha sido determinada por los objetivos, las preguntas de investigación y las hipótesis planteadas. Asimismo se han tenido en cuenta las recomendaciones sobre investigación científica de autores como Wimmer y Dominick (1996) y Cea D'Ancona (1998). Además, se han revisado las principales y más recientes investigaciones sobre la materia.

Los estudios de *Framing* tienen una perspectiva mediacéntrica, convirtiéndose la actividad mediática en sí misma en objeto de estudios especializados para explicar eficazmente cuestiones como la construcción mediática de la imagen institucional en la cual se encuadra este trabajo.

Como hemos explicado anteriormente, en lo que concierne a las perspectivas generales de investigación, esta especialidad se caracteriza por la fragmentación, que ha dado lugar en los últimos años a dos grandes tendencias metodológicas diferenciadas: cuantificadora e interpretativa.

La corriente cuantificadora aborda el estudio de los fenómenos comunicativos desde posiciones centradas en lo mediático y con métodos cuantitativos, perfeccionados con el tiempo, como los análisis de contenido más o menos informatizados y los experimentos sobre las respuestas del público. Encontramos un ejemplo representativo en el famoso *Spiral of Cynicism* de Cappella y Jamieson, o en artículos más recientes, tanto de autores del ámbito estadounidense (Tankard; Miller y Riechert, ambos en Reese, Gandy y Grant, 2001) como europeo (Semetko y Valkenburg, 2000; De Vreese et al., 2001; Igartua et al., 2007).

Por su parte, los autores de la tendencia interpretativa asumen un planteamiento más amplio, vinculado al constructivismo y al pensamiento crítico, explorando la composición de los *frames*, tanto mediáticos como personales, y su contexto sociocultural a través de métodos cualitativos que exigen un importante conocimiento previo. Se trata de una línea consolidada que abarca desde trabajos pioneros (Gamson y Modigliani, 1989) hasta ejemplos más recientes (Pan y Kosicki, 2001; Van Gorp, 2007).

Como consecuencia de este debate metodológico actual sobre *Framing* que se centra en la selección entre métodos cuantitativos o cualitativos, hemos decidido ofrecer una visión integradora de la cuestión, utilizando la triangulación como propuesta global para dar respuesta a las cuestiones de esta investigación y que nos permita profundizar en el tratamiento informativo que la prensa da a las información hospitalaria de la Comunidad de Madrid.

Una definición amplia de triangulación está tomada de Denzin (1990:511) quien dice que: “es la aplicación y combinación de varias metodologías de investigación en el estudio de un mismo fenómeno”.

La lógica de la triangulación se establece con la aplicación en un mismo estudio de formas alternativas y complementarias de obtener los datos, de procesar la información por diversos procedimientos e interpretarla en el marco de diferentes teorías, concepciones y conceptualizaciones para que confirmen o den indicios de la diversidad con que se muestra el fenómeno estudiado. El procedimiento aparece como relevante en ciencias sociales cuando las normativas de validación no son de clara aplicación, cuando hay múltiples observadores, una variedad de teorías y de metodologías y fuentes diversas de datos, como es el caso del *Framing*.

Al utilizar en la triangulación diferentes enfoques metodológicos y técnicas de investigación se busca analizar un mismo fenómeno, el tratamiento informativo de la imagen publicada sobre hospitalarias en la Comunidad de Madrid, a través de diversos acercamientos. Para ello hemos utilizado tanto técnicas cuantitativas como cualitativas en conjunto. Algunos autores recalcan que esto presenta mayores dificultades durante el proceso de análisis de datos, ya que por las características propias de las investigaciones cualitativa y cuantitativa, las preguntas de investigación a las que éstas responden, pueden tener diversos grados de incompatibilidad que hacen que la convergencia de los hallazgos sea más difícil de definir. Por esto es comprensible que la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos ofrezcan la visión de los diferentes aspectos de la totalidad del fenómeno, más que la repetición de los resultados de la observación.

Consideramos que esta combinación, contribuye a hacer los hallazgos y comprobaciones mucho más estables que si se hubiera operado con un único método o instrumento para recolectar los datos y si todo se hubiera analizado a la luz de una teoría predeterminada.

La lógica de la triangulación, con sus aciertos, posibilidades y limitaciones se está incorporando como procedimiento habitual en las metodologías más actuales. Para ello, se ha tomado el análisis del discurso periodístico como ámbito central de toda investigación y, a partir de los resultados de este estudio previo, se trata de analizar su relación con la producción y procesamiento como partes del proceso informativo.

El punto de partida común a cualquier investigación de *framing* es la identificación y análisis de los encuadres mediáticos en el discurso informativo y estudiar su relación con las diferentes partes del proceso informativo: producción, contenido y efectos (Van Gorp, 2007). Esta área de trabajo tendría como objetivo la búsqueda de una estructura de interpretación general de la realidad dentro de la cobertura informativa, para definir reglas generales que expliquen la relación entre los procesos productivos (selección temática y tratamiento) y los encuadres mediáticos en vez de limitarse a un listado de temas o atributos (Zhou y Moy, 2007; Van Gorp, 2007).

Por tanto, el método seleccionado como el más adecuado para estudiar el problema de investigación es el análisis de contenido, en su forma cuantitativa y cualitativa (Krippendorff, 1990; Sánchez-Aranda, 2005) como consecuencia de la triangulación propuesta, que permitirá obtener los datos pertinentes que posibilitará contrastar las hipótesis del estudio. De esta manera podremos transformarlos en dimensiones fácilmente operativas con las que se concreta el modo en que los medios realizan el proceso de encuadramiento de los acontecimientos susceptibles de ser noticia.

Nos apoyamos en la consideración de Igartua que manifiesta que el análisis de contenido es “una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos”. (Igartua, 2006:181).

Laurence Bardin define el análisis de contenido “como un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores, cuantitativos o no, por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción -variables inferidas- de estos mensajes” (Bardin, 1986:32).

1.4.3.1. Análisis de textos informativos con métodos de naturaleza cuantitativa

El análisis de contenido en profundidad del mensaje periodístico es la técnica más importante de los estudios comunicativos y resulta básica para cualquier tipo de estudio cuantitativo que pretenda ser sistemático y objetivo (Kienz, 1974; Bardin, 1986; Neuendorf, 2002).

Los métodos cuantitativos, en este caso el análisis de contenido, parten de la premisa de que es posible identificar de forma exhaustiva y medir con precisión todos los elementos de encuadre presentes en el discurso. (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009).

El primer paso, ha sido identificar las categorías que surgían de la cobertura informativa de los diarios El País, El Mundo y ABC durante los ocho periodos seleccionados. Así se determinaron las categorías en las que se fueron ubicando las noticias seleccionadas de los tres periódicos y que están detalladamente explicadas en el capítulo 3, apartado 3.1 de esta tesis doctoral.

Para este fin, se ha elaborado una ficha de recogida de datos, incluida en el anexo, en la que aparecen distintos campos o categorías de clasificación de datos y análisis como: nombre del

diario, fecha, sección de publicación, valoración del contenido de la noticia desde el punto de vista de los gestores, tema principal de la noticia, fuentes citadas, contenido infográfico (fotos, tablas, gráficos...), tamaño de la noticia, página y lugar de publicación.

1.4.3.2. Análisis de textos informativos con métodos de naturaleza cualitativa

Sin embargo, la enorme versatilidad del análisis de contenido, permite fundamentar la adaptación interpretativa propuesta a partir de dos argumentos (Igartúa, 2006:181-185). Primero, esta adaptación se basa en la capacidad de esta técnica para realizar no solo un análisis temático de los significados, sino también un análisis formal o estructural de sus significantes, precisando sus mecanismos formales de funcionamiento. Y segundo, esta adaptación se basa también en la capacidad de esta técnica para profundizar sobre la estructura latente del texto más allá de los elementos discursivos manifiestos, como su naturaleza pragmática.

“En el concepto *frame*, (...) confluyen la Psicología, la Sociología y la Lingüística; es más, la mayoría de los estudios empíricos sobre los *frames* se surten de sus instrumentos conceptuales y metodología en alguno de estos tres campos. Sea como sea, la falta de un enfoque teórico integral sobre este cruce de disciplinas ha venido provocando la pérdida de muchas de las posibles ventajas de esta fecunda confluencia”. (Miceviciute, J., 2013:71).

Con la metodología cualitativa de análisis de contenido tratamos de establecer las conexiones entre las construcciones mediáticas de la imagen de los hospitales de la Comunidad de Madrid, entendidas como parte de la agenda pública en relación con los encuadres que preparan y difunden los medios de comunicación.

De esta manera, al realizar un análisis de contenido de los titulares de las noticias de los principales diarios de referencia nacional, se puede reconstruir los principales encuadres (en ocasiones agrupados en pares antagónicos o polarizados) que la prensa ofrece a sus lectores acerca de este tema.

Igartua y Humanes, (2004) citan a Semetko y Valkenburg cuando escriben que hay dos maneras de afrontar el análisis de los encuadres noticiosos. Una de ellas mediante la aproximación inductiva, en la que se examinan las noticias desde un punto de vista abierto y se intenta revelar el conjunto de posibles encuadres, sin tener prefijados de antemano un número determinado de ellos. En este caso los encuadres no son estipulados por el investigador previamente sino que surgen del análisis.

La otra a través de la aproximación deductiva, seleccionada como la más idónea para el objeto de la presente investigación. Como consecuencia de los resultados obtenidos en la investigación cualitativa, se definen teóricamente ciertos encuadres como variables de análisis y después se verifica su existencia (su frecuencia) en las noticias. Ya que el principal inconveniente de esta aproximación es que los encuadres no definidos pueden pasar desapercibidos, podemos evitarlo con el análisis de contenido cuantitativo. Partiendo de esta aproximación deductiva, se establecen tipologías de encuadres noticiosos que plantean un mayor o menor número de dimensiones.

Al realizar una lectura comparada de los titulares de los diarios establecidos como objeto de estudio, buscamos dar respuesta, entre otras, a las siguientes preguntas:

¿Qué noticia que aparece en un diario es omitida por otros?; ¿Se utilizan titulares valorativos o informativos?; ¿Hay titulares de un mismo día que sean radicalmente distintos o incluso opuestos?; ¿Hay diferencias en la relevancia otorgada a un mismo evento?; ¿Qué matices seleccionan los diarios en la cobertura de la información gubernamental o de la oposición?; ¿Hay fotografías o gráficos en las noticias con las que se exprese opinión?

2. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

- 2.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO FUENTE DE INFLUENCIA PARA LA OPINIÓN PÚBLICA
- 2.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO CONSTRUCTORES DE LA REALIDAD SOCIAL: FRACTURA ENTRE REALIDAD FÁCTICA Y COBERTURA INFORMATIVA
- 2.3. LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS INFORMATIVOS
- 2.4. EL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS. ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO
- 2.5. CONTENIDOS MEDIÁTICOS Y SUS EFECTOS EN LAS AUDIENCIAS
- 2.6. LA INFLUENCIA DEL PODER POLÍTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA *AGENDA SETTING* Y EL *FRAMING*

2.1. Los medios de comunicación como fuente de influencia para la opinión pública

2.1.1. Relaciones entre *Agenda setting*, *Framing* y *Priming*

La *Agenda setting* y el *Framing* son las teorías en las que se apoyan aquellas hipótesis que mantienen que los medios de comunicación dan prioridad a la cobertura de unos temas dejando fuera otros, lo que implica que nos dicen sobre qué pensar (agenda de temas). Además tratan dichas cuestiones de diferentes maneras, por tanto, también nos dicen qué pensar sobre esos asuntos (los encuadres). Como consecuencia, la opinión pública dará prioridad (efecto *Priming*) en sus interpretaciones y valoraciones a los temas y encuadres que les transmiten los medios de comunicación. Por tanto, el *Priming* es el resultado de unir agenda de temas (*Agenda setting*) y encuadramiento de estos temas (*Framing*).

Actualmente hay consenso en la comunidad científica sobre la autonomía y complementariedad teórica del *Framing* respecto de la *Agenda setting* y el *Priming*. El debate se centra en determinar las diferencias y los aspectos en los que convergen estas las tres teorías.

Una de las semejanzas que la *Agenda setting* y el *Framing* tienen es que se centran en estudiar la habilidad de los mensajes mediáticos para alterar las pautas de activación del conocimiento y determinar cuál de ellos es activado e incluso utilizado cuando las personas tienen que efectuar juicios políticos, según sugieren Rodríguez y Castromil (2010).

“La teoría de la *Agenda setting* tiene que ver con los efectos de las noticias, con la transferencia de la agenda de los medios a la agenda del público y la accesibilidad y supone que las percepciones de la gente sobre asuntos públicos derivan únicamente de su exposición a los medios de comunicación. Determina que lo que aparece en los medios es lo que realmente pasa en el mundo”. (Sádaba, 2006: 69).

La paradoja es que los marcos de la noticia producen y a la vez limitan el significado de las cosas. El encuadre genera formas diferentes de ver y constituir la realidad y se enfrenta a los principios objetivistas defendiendo la pluralidad de puntos de vista y la creación de una realidad que pasa por el filtro interpretativo de los actores intervinientes, en el que cada uno adopta su propio proceso de enmarcado de los acontecimientos. Al considerar los *frames* como elementos con los que se elaboran las noticias, se sitúan en el ámbito de producción de noticias según la interpretación que se hagan de los acontecimientos.

Bernard Cohen indicaba que “la prensa es significativamente más que un proveedor de información y opinión. Quizás en ocasiones no consigan decirle a la gente qué es lo que tienen de pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus audiencias sobre qué tienen que pensar”. (Cohen en McCombs, 1995:9).

Sin embargo, la atención explícita al segundo nivel del establecimiento de agenda sugiere, además, que los medios de difusión no sólo nos dicen en qué tenemos que pensar, sino también *cómo pensar* sobre algunos objetos. ¿Podría tener esto como

consecuencia que los medios de difusión, a veces, nos dijeran *qué es lo que debemos pensar?* (McCombs, 2004:142).

Así es, ya que a partir de que, en 1997, McCombs ampliará su teoría de *Agenda setting* al añadir el nivel de atributos en los cuales enfatizan los periodistas al informar sobre los hechos y algunos autores se unieron a su planteamiento. “Takeshita sostiene que el *Framing* se puede equiparar con el segundo nivel de la *Agenda setting* (atributos seleccionados) puesto que los medios resaltan o esconden atributos de las cuestiones con el consiguiente impacto en la agenda pública”. (Sádaba, 2006: 90). Este autor afirma que “los encuadres son mecanismos de agrupamiento de los atributos de orden inferior y se sirvió del concepto de situaciones problemáticas, una perspectiva que traduce inquietudes y temas sociales específicos en un conjunto de categorías cognitivas más amplias”. (Takeshita en McCombs, 2004:177-178).

Sin embargo, este debate entre la autonomía o integración del *Framing* en el segundo nivel de la *Agenda setting* parece superado por la mayor parte de la comunidad científica desde hace más de una década. El *Framing* es mucho más que un listado de atributos, es un proceso de razonamiento más complejo, amplio y profundo.

Respecto a las diferencias entre estas teorías, las investigaciones más recientes (Scheufele y Tewksbury, 2007; Van Gorp, 2007; Weaver, 2007) las sitúan principalmente en tres partes del proceso comunicativo: concepto básico, procesamiento de la información y efectos. Mientras que la *Agenda setting* y el *Priming* se basan en la accesibilidad (*accessibility*), entendida como la mayor o menor capacidad de acceso a un tema almacenado en la memoria dependiendo de su relevancia (*salience*); el *Framing* se fundamenta en el concepto de aplicabilidad (*applicability*), entendido como la conexión interpretativa entre dos temas. Dicho de otra forma, el *Framing* se basa en la capacidad para generar esquemas interpretativos reconocibles a partir de cambios significativos en el discurso.

Así, el *Framing* va a poder vincularse a un nivel teórico superior, relacionado con la interacción comunicativa y la construcción social de la realidad, mientras que la *Agenda setting* y el *Priming* se vinculan a procesos de causalidad teóricamente más sencillos (Van Gorp, 2007:70). Esta diferente base teórica, a su vez, genera diferencias significativas tanto en el procesamiento de la información periodística (la atención y el conocimiento previo es mucho más decisivo en el caso del *Framing*), como en los efectos que provoca a nivel individual y social: hay una gran diferencia entre tener en cuenta o no un tema (*Agenda setting* y *Priming*), y pensar en ese tema a través de un esquema interpretativo concreto (*Framing*). (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:21).

Por tanto, desde el ámbito científico, se plantea utilizar ambas perspectivas como teorías independientes, ya que apuntan al análisis del funcionamiento de los discursos mediáticos pero utilizando diferentes pautas empíricas, con lo que unirlas bajo el mismo enfoque teórico sería “contraproducente” (Scheufele, 2000: 298). Sin embargo, cabe insistir en que tanto la relevancia de los temas en la agenda mediática como los encuadres noticiosos en la presentación de un asunto deben ser abordados de manera complementaria y no excluyentemente.

En gran parte de la comunidad investigadora existe voluntad de explorar los posibles puntos de contacto y formar un bloque teórico unitario con estas tres perspectivas. Destacados autores como Scheufele y Tewksbury (2007) limitan la integración al ámbito de la producción periodística de las noticias, y consideran posible fusionar los procesos de construcción de una agenda mediática (*Agenda building*) y de un encuadre noticioso general (*Frame building*). (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:21). Otros autores van más allá y proponen de forma genérica una mayor integración dentro de un modelo que distribuye sus funciones entre las tres teorías: la *Agenda setting* realiza la selección que determina sobre qué pensar, el *Framing* establece los mecanismos que marcan cómo pensar y, como resultado de todo el proceso, a través del *Priming* se adquieren argumentos para decidir qué pensar. (Weaver, 2007:145-146; Kinder, 2007:155). (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:21-22).

En 2007, Robert M. Entman presenta el modelo teórico y metodológico de integración más completo, posible y deseable a partir de la propuesta de una idea organizadora central. Explica como los principios de la *Agenda setting*, el *Framing* y el *Priming* funcionan conjuntamente como herramientas de poder, conectándolos con dos conceptos relacionados, pero diferentes: el enfoque subjetivo o parcial (*slant*) y el sesgo o preferencia periodística (*bias*). Según este autor, se da la subjetividad mediática (*Slant*) cuando el *Framing* en una reportaje o editorial favorece a una parte sobre la otra respecto a una disputa actual o potencial, algo muy frecuente en el periodismo. Si este tipo de patrones de trato parcial o subjetividad permanecen a lo largo del tiempo y con la misma dimensión, significa que los medios pueden estar sistemáticamente favoreciendo el reparto de poder a ciertos grupos.

Por tanto, Entman entiende el *Framing* como el proceso de seleccionar algunos elementos de una realidad percibida y construir una narrativa que subraya las conexiones entre estos elementos para favorecer un cierto tipo de interpretación. Los marcos desempeñan, según el autor, cuatro funciones típicas: definición de problemas, análisis causal, juicio moral y propuesta de soluciones. El *Framing* funciona con el fin de modificar y alterar percepciones e interpretaciones de las audiencias mediante *Priming*, es decir que los marcos introducen o destacan la importancia o relevancia aparente de ciertas ideas, activando esquemas que animan a los públicos objetivos a pensar, sentir y decidir de una forma determinada. Siguiendo al autor, la *Agenda setting* puede entenderse como la primera función del *Framing*, la que define los problemas que merecen la atención pública y gubernamental. (Entman, 2007:163-173).

Así, este autor defiende que una visión integral de la investigación del *Framing*, *Agenda setting* y *Priming* aplicados al concepto de parcialidad mediática para ilustrar el poder político en América ofrece al menos dos beneficios. Por un lado, aportar evidencia empírica sobre los patrones que utilizan los medios a la hora de definir problemas, hacer análisis causales y ofrecer juicios morales y sobre como las políticas favorecidas por los medios marcan quién, recibe qué, cuándo y cómo. Por otro, esta visión integral podría ayudar e mejorar el marco normativo para ayudar a los medios a mejorar sus contribuciones a la democracia. (Entman, 2007).

Entman explica cómo se conectan los conceptos mencionados con el poder, con “la habilidad de conseguir que otros hagan lo que uno quiere” (Nagel, 1975 en Entman, 2007: 165), cuando se trata de sistemas no coercitivos. Es precisamente mediante el *Framing* que los actores políticos dan forma a los textos que luego influyen en o favorecen las agendas y las consideraciones sobre qué deben pensar las personas. Cuando se intenta ejercer influencia en “sobre qué pensar” de los públicos, inevitablemente también tiene su impacto en “qué pensar” de la audiencia. (Entman, 2007:165).

Además, Entman ofrece una fórmula que ilustra “la competición del *Framing*” entre dos o varias partes interesadas en dominar sobre un tema dado y explica como cualquier conjunto de datos o hechos pueden presentarse de forma parcial y favorecer a una parte interesada. Entre otras, en la fórmula para calcular la subjetividad de una pieza informativa intervienen variables tales como los hechos en sí, la capacidad del responsable de información y del oponente, su parcialidad a la hora de evaluar el escenario político, la parcialidad que surge de la competitividad de los mercados y la toma de decisiones al respecto, el contexto, además de la ideología personal del periodista.

Entman concluye que sería razonable pensar que cuando una noticia es claramente parcial, los profesionales favorecidos por el enfoque tendrían más poder y se sentirían más libres de actuar sin tener que anticipar las reacciones de castigo que pudieran tener de los electores. (Entman, 2007).

Este modelo presenta grandes ventajas a nivel teórico y práctico para explicar la función de los medios como herramienta de poder. Se trata de una propuesta de gran calado, construida sobre un procedimiento estadístico complejo que necesita un cierto rodaje investigador para poder valorar su verdadero alcance. (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:22).

2.1.2. Una aproximación al concepto de *Agenda setting*: cómo obtener la atención de los públicos

Como consecuencia de la acción de los medios, el público presta más o menos atención a lo que sucede. Esto es particularmente importante en las situaciones de crisis y en especial en un asunto tan delicado como la salud, con el que la opinión pública está tan sensibilizada. Los medios son los que presentan al público la lista de todo aquello sobre lo que deben tener opinión. Por eso es tan importante el papel que puede desempeñar un líder de opinión en una situación de crisis.

Las imágenes que configuramos y que representan nuestra realidad tienen muchos orígenes. De entre las diversas fuentes de conocimiento que tenemos del mundo que nos rodea, resultan especialmente destacados los medios de difusión.

La teoría del establecimiento de agenda, parte del estudio de los efectos de la comunicación de masas en la atención pública a los asuntos sociales y políticos e incluye ideas sobre las circunstancias en que se dan dichos efectos, las influencias que contribuyen a dar forma a la

agenda mediática, el impacto de determinados elementos en los mensajes de los medios y las variadas consecuencias de este proceso de establecimiento de la agenda. *La teoría de la Agenda setting* se ha convertido en un mapa que refleja, con todo tipo de detalles, la agenda mediática y sus efectos.

A partir de la combinación de los sondeos con el análisis de contenido, estudia cuáles son los efectos de la comunicación de masas sobre la opinión pública, cómo la atención y percepción del público se ven influidos por los medios, y cómo las diversas características de estos, sus contenidos y audiencias intervienen en dichos efectos.

En el contexto teórico del proceso de comunicación, la *Agenda setting* tradicional se centraba en la primera etapa de la comunicación: obtener la atención. La aparición de un tema en la agenda pública significa que ha obtenido exposición y atención por parte del público.

2.2. Los medios de comunicación como constructores de la realidad social: fractura entre realidad fáctica y cobertura informativa

2.2.1. Objetividad vs subjetividad

El punto de partida del clásico debate referido a los medios de comunicación es la cuestión de la objetividad, como la posibilidad del periodista de transmitir la realidad tal y como es. En el proceso informativo que se genera en los medios de comunicación están implícitos dos componentes fundamentales que influyen en la alimentación de los imaginarios sociales: la objetividad y la subjetividad. La objetividad, entendida como referencia a hechos susceptibles de ser confirmados y contrastados a través de diferentes tipos de fuentes; y por otro la subjetividad, entendida como la toma de posición de cada medio frente a esos mismos hechos.

En 1921, el periodista Scott escribía “*Los hechos son sagrados y las opiniones son libres*”. Conforme a esta premisa, el periodista tenía que elaborar una información puramente fáctica, debía distanciarse de los hechos y su cometido era separarlos radicalmente de la opinión, reservada para una sección propia de firmas concretas. (Scott en Sádaba, 2006:48).

El objetivismo es la aplicación al trabajo periodístico del positivismo y de su precedente, el empirismo inglés. El valor supremo del saber científico pretendía la instauración de un método de observación de los hechos, reducidos a meros datos con el que se pudiera detectar regularidades y enunciar leyes funcionales. Se afirmaba que los hechos, lo exterior al sujeto, tenían la cualidad de ser objetivos y por tanto sólo ellos eran verdaderos. Consecuentemente lo subjetivo, lo propio del sujeto eran las opiniones, que siguiendo este razonamiento eran necesariamente parciales y carentes de verdad.

Por tanto, para relatar la verdad de un hecho, el periodista “tenía que ser objetivo”, mantenerse distante y aséptico en su trabajo. Según esta corriente, a la mayoría de los periodistas lo que les interesaba era informar. La persuasión queda relegada a las páginas editoriales.

La pretensión objetivista ha calado tan hondo en la clase periodística que se siguen sustentando sus principios, si bien se considera más un ideal al que deben tender sus informaciones, que una posibilidad real. Una de las formas de llegar a ser lo más objetivo posible sería presentar todos los puntos de vista de la noticia, las causas y las consecuencias y que sea el lector quien conceda la razón a quien considere oportuno. De esta forma, el periodista sería un analista de la realidad y su finalidad sería dar al ciudadano los elementos necesarios para la comprensión de los temas. (McDonald en Sádaba, 2006:51).

Dentro de la postura objetivista, hay una evolución que va desde el “periodista científico”, que equipara su trabajo al de las ciencias experimentales, al “periodista analista”, que se afana por otorgar igual valor a todos los puntos de vista, causas y consecuencias desde un terreno que se dice neutral, hasta el “periodista honrado”, quien, asumiendo su incapacidad de llegar a la verdad, se somete “al tribunal íntimo de su propia conciencia”. (Sádaba, 2006:53)

Estas visiones objetivistas, defendidas tanto desde la investigación académica como desde la práctica periodística de las décadas de los '60 y '70, son criticadas por eludir el proceso interpretativo al que el sujeto somete toda realidad, defendida por la sociología interpretativa. “Resulta muy difícil, cuando no imposible, presentar las distintas fuentes en una noticia sin incidir más en una que en otra, sin otorgar más valor a una que a otra, sobre todo cuando no lo tienen por igual”. (Sádaba, 2006:52). Esta reacción a la corriente objetivista ha sido contundente, considerando que toda noticia, por muy fáctica que sea, implica un juicio, una interpretación.

Fue Tuchman la que en 1978 inicia el debate, apuntando que la percepción de la realidad depende de múltiples factores. Según Robert Hachett, el objetivismo ignora la eficacia del lenguaje, de las categorías cognitivas y de los “modos de ver” organizados a través de los cuales consideramos algo verdadero. Implica, equivocadamente, que el periodista puede permanecer fuera y aparte de alguna realidad preexistente, cuando el periodista inevitablemente participa en la construcción social de la realidad. (Hachett en Sádaba, 2006:53).

La teoría del *Framing* niega los principios del objetivismo, ya que defiende que el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista cuando cuenta lo que sucede, afirmación que encaja adecuadamente con las teorías subjetivistas del constructivismo social al tener un fuerte impacto construyendo el acontecer, encuadrando imágenes de la realidad de un modo predecible y según un patrón. “El periodista es como un narrador de historias: al contar la noticia transmite su punto de vista” (Rohe, en Canel, 1999:99).

“Partiendo del concepto de marco que usa Goffmann, el distanciamiento con la postura objetivista es total, al afirmar que el sujeto, el periodista en este caso, se encuentra en la misma noticia y que esa aparición se traduce en forma de *frames*”. (Sádaba en Noguera, 2006:198).

En base a estos criterios sostendríamos que las producciones periodísticas son subjetivas (reflejan el posicionamiento ante determinados intereses) y tendrían como objetivo final la creación de sentidos comunes hegemónicos.

2.2.2. Del papel mediador de los medios de comunicación...

El hecho de saber cómo el ser humano adquiere la experiencia que le permite entender su realidad mediante valoraciones diversas ha recibido muchas explicaciones. Una de ellas, la encontramos conceptualizada mediante el término *frame* o marco. El concepto de *Framing* fue introducido por el antropólogo Gregory Bateson en *A theory of play and fantasy* (1954) cuando trataba de explicar el fenómeno de la comunicación. Bateson demostró que para entender un acto comunicativo se precisa la referencia a un metamensaje sobre lo que está sucediendo, es decir un marco de interpretación que se aplica a ese acto.

Según indica Casero (2008a), la acción conjunta de la realidad informativa y la realidad subjetiva individual y sus respectivos ámbitos de sentido configuran la construcción social de la realidad ya que las construcciones mediáticas a diferencia de las de los individuos, están disponibles para un amplio número de personas.

“Además, la accesibilidad a los productos periodísticos, al no requerir experiencia previa sobre los acontecimientos para su comprensión, provoca que la realidad informativa posea una mayor capacidad de orientación para el público” (Casero, 2008a:68). Cuando un individuo tiene una experiencia en un hospital, solamente será accesible para su entorno comunicativo. Sin embargo, se amplía geométricamente si este hecho aparece publicado.

En este sentido, Lang y Lang afirman que respecto a los asuntos que pertenecen a la experiencia personal es necesaria la atención de los periodistas para que los medios contribuyan a hacerlos de dominio público. (Lang y Lang, 1981). La teoría del *Framing* se fundamenta en la idea que atribuye a los medios de comunicación un papel mediador entre el hombre y la sociedad, a través del cual se da a conocer las noticias. Los medios actúan como intermediarios entre el mundo exterior y las audiencias, puesto que en muchas ocasiones son el único modo de acceso a lo que sucede fuera de nuestro entorno ya que la mayoría de los temas que nos interesan quedan fuera de nuestra experiencia personal directa.

“En casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones”. (McCombs 2006:24). Las noticias diarias informan de lo que ha sucedido y de los cambios en los ámbitos que sobrepasan las experiencias directas individuales, transformando los acontecimientos en productos informativos que pasan por una serie de filtros hasta llegar a la audiencia. (Sádaba, 2006).

“Como particularidad y esencia de los medios, se puede determinar que es un proceso de mediación entre una realidad que no percibimos directamente, contada por profesionales a los que no conocemos en persona y una audiencia con la que sólo convivimos virtualmente”. (Sádaba, 2006:83).

Desde la teoría de la comunicación, se ha establecido el término “mediación” para referirse al trabajo de los medios como intermediarios entre el mundo y los ciudadanos, sobre todo en aquellos casos en los que los medios constituyen el cauce más importante para acceder a ese mundo que, de otro modo, no se puede experimentar.

2.2.3. ...Al papel de co-productores de la realidad

Sin embargo, al presentar los acontecimientos, los medios no son meros canales transmisores sino que aportan encuadres a la forma de ver el mundo.

Ya en 1922, Walter Lippmann en *Public Opinion*, sostiene que los medios informativos determinan los mapas cognitivos que nos hacemos del mundo. La opinión pública responde no al entorno sino a un pseudo-entorno construido por los medios informativos, una visión del mundo que existe en nuestra mente, y que es siempre incompleta frente a la realidad, y con frecuencia, inexacta. Nuestro comportamiento es una respuesta a este pseudo-entorno, y no el entorno real. La información que suministran los medios informativos juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad. Lo que influye en esas imágenes es el conjunto total de la información que nos suministran.

Hablar de *framing* significa buscar marcos interpretativos de la realidad que ayuden a entenderla mejor. “En este sentido, los encuadres actúan como esquemas simplificados del mundo que nos rodea, y responden a la definición e interpretación que hacen los individuos de ciertas situaciones” (Goffman en Rodríguez y Castromil, 2010:195).

“El ser humano no es capaz de percibir en su totalidad el entorno que le rodea, es decir, la realidad. Por eso necesita mecanismos de simplificación que le ayuden a comprender la parte de realidad que percibe mediante intermediarios, como son los medios de comunicación”. (Noguera, 2006:194). “A través de la información, los aparatos periodísticos articulan el sentido común, contribuyendo a construir la realidad social y a modelar la percepción cognitiva que los individuos tienen de los acontecimientos y los fenómenos sociales”. (Casero, 2008).

“Sin embargo, la simple presencia de un intermediario (el medio y/o el periodista) ya garantiza de por sí una inevitable deformación del mensaje que se hubiese podido percibir de forma directa. Así, como consecuencia de la utilización de estrategias comunicativas, los aparatos mediáticos no son únicamente canales de difusión que se limitan a transmitir la realidad sino que son co-productores relativamente autónomos de ella”. (Noguera, 2006:194). Según Casero (2008), mediante la aplicación de rutinas cognoscitivas, de esquemas interpretativos y de prácticas institucionales, los profesionales de la comunicación elaboran y difunden informaciones dotadas de referencialidad pública y colectiva, que quedan objetivadas institucionalmente y que como tales son reconocidas por el público.

Esto implica que los medios no están reflejando una realidad pasivamente sino que son parte de una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos. Por ello, “David Show sostiene que los *frames* tienen mayor éxito en la medida en que tienen cierto grado de resonancia con la vida cotidiana y la experiencia” (Show en Sádaba, 2006:147).

“Según Tony Bennet, los medios definen la realidad social. Esto quiere decir que “qué acontecimientos” son reportados por los medios y “el modo” en el que adoptan su significado orientan la forma de percibir el mundo y actuar en él” (Bennett en Sádaba, 2006:58).

Siguiendo a Lippmann (1922), ni todos los periodistas trabajando todas las horas del día podrían dar testimonio de todos los acontecimientos, por tanto los informadores prestan más atención a los sucesos que más destacan. Por tanto cuando los hechos y las situaciones de cada día se ven refractadas por la lente profesional de las empresas informativas, el resultado es muchas veces una imagen del mundo, un pseudo-entorno, que en poco tiempo se parece a evaluaciones más metódicas de dicho entorno.

Tuchman sostiene que los medios cumplen con dos funciones. “Por una parte transformar los acontecimientos en noticias y por otra, contarlos en forma de historias cotidianas que coloquen a los miembros de la sociedad frente a sí mismos” (Tuchman en Amadeo, 2002:17).

“Los productos periodísticos son complejas identificaciones que tienen como origen los acontecimientos pero que van mucho más allá de su simple proyección. Un acontecimiento no es una información, sino un hecho natural resultante de la acción humana que aparece como

algo objetivo. Por el contrario, la información es un producto elaborado en función de una práctica profesional y unos mecanismos de generación de sentido socialmente determinado. La construcción de la realidad informativa se inserta dentro de los medios de comunicación que aparecen como aparatos productivos especializados” (Casero, 2008:67).

Los investigadores analizan qué criterios son utilizados para convertir un evento en un acontecimiento noticiable. El debate se suscita entre los que defienden que existen criterios sociales a los cuales los profesionales deben amoldarse y los que sostienen que son los periodistas quienes deciden qué es lo que al público le interesa.

“En la década de los 70 consideraban que la elaboración de sentido de los acontecimientos era una construcción social de la cual forman parte los medios” (Amadeo, 2002:11). Richard Pride (1995) cree que hay sucesos de dominio público (*critical events*) que por romper las rutinas habituales, la normalidad, atraen la atención. Al cubrirlas, el periodista compite con otras fuerzas sociales a otorgar un significado y crear esquemas interpretativos que ayudan a la definición o redefinición colectiva de un problema público. Considera que quien domina en el significado de los acontecimientos es la sociedad.

Sin embargo, los autores van evolucionando hacia la idea de que son los medios de comunicación los que crean el significado de lo que ocurre en la sociedad. “Hans-Bernd Brosius y Meter Eps, en su estudio de 1995, mantienen que los medios de comunicación tienen un mayor peso en el proceso de atribución de sentido social” (Amadeo, 2002:11). “La comunicabilidad del hecho implica que los medios de comunicación son los que crean los acontecimientos periodísticos a partir de dar publicidad a un hecho preexistente o previsto que convierten en noticia” (Fontcuberta, M., 1993:20).

La selección de una noticia puede generar una rutina en la cobertura. Con las rutinas periodísticas, los formatos adoptados determinan la cobertura de hechos similares. Hay temas que no tienen un esquema periodístico para su cobertura. Cuando un acontecimiento social adquiere relevancia, necesita una mayor atención por parte de los medios y por tanto se convierte en hecho clave (*key event*) generando esquemas periodísticos propios y prioritarios. Manejan tres hipótesis respecto a las razones de la mayor cobertura de unos hechos respecto a otros. Son más representados aquellos que: contienen acciones similares, acontecen en lugares similares o tienen el mismo tipo de víctima. (Brosius y Eps, 1995).

Estos *keys events* reorganizan la fórmula de cobertura de los siguientes sucesos que tengan sus mismas características o estén relacionados. Consideran que quienes dominan en el significado de los acontecimientos son los medios y el lector adopta un “esquema” para recibir esa información. (Brosius y Eps, 1995).

Pero ambas corrientes, coinciden en que los acontecimientos pueden ser redefinidos. Los *critical events* son acontecimientos reales que discontinúan de manera brusca las rutinas a las que la sociedad está acostumbrada, llamando la atención de los actores sociales quienes, actuando, pueden redefinir el sentido de este evento. Los *key events* enfrentan a los periodistas y al público con una situación desconocida, difícil de evaluar y clasificar. Los periodistas se

hacen más sensibles al tema y buscan más información. Los criterios nuevos o cambiados son utilizados para clasificar los eventos clave y los que le siguen. (Amadeo, 2002).

“La prensa escrita se dedica a analizar procesos y tendencias sociales cuya actualidad se amplía a periodos largos que ocupan meses, años o décadas” (Fontcuberta, M., 1993: 25). Esta idea, resalta la responsabilidad que implica cubrir una noticia de una determinada manera y no de otra al admitir que “los *frames* son patrones persistentes de las mentes de quienes administran, dominan y manejan los símbolos sociales” (Gitlin, 1980:7). Tversky y Kahneman aducen que “quien controla la presentación de la información es quien determina el tipo de reacción del público”. Por tanto, “el modo en que los periodistas presentan la realidad tiene un gran peso a nivel social”. (Amadeo, 2002:12).

Gamson sostiene que “el discurso de los medios domina incluso los términos en los cuales se discute un tema en la sociedad”. (Gamson en Amadeo, 2002:12). Cohen y Wolsfeld (1993:14) afirman que “los periodistas deben usar un conjunto de reglas y rutinas preestablecidas para darle sentido a las cosas que, de otro modo, sólo aparecerían como un conjunto de hechos sin sentido”.

Según manifiesta McCombs (2006), diversos estudios demuestran la falta de correlación entre las tendencias de la cobertura informativa de los temas principales y la realidad de dichos temas, un considerable grado de independencia entre los acontecimientos del mundo y el retrato que hacen de ellos los medios informativos.

La respuesta pública en todas esas situaciones nos recuerda el fenómeno de “el descubrimiento con alarma”, que es la etapa inicial de la respuesta del público a un nuevo tema en la agenda y que Anthony Downs describe en su teoría del “ciclo de atención de un tema”(…) La presentación mediática de los temas (...) se puede caracterizar como “descubrimiento con alarma”, puesto que las noticias comienzan a poner énfasis en cada uno de dichos temas en un momento en el que en el mundo real no estaba sucediendo nada extraordinario. (McCombs, 2006:69).

Para la opinión pública, las crisis hospitalarias y la preocupación que suscitan como problema social, tienen mucho más que ver con la agenda mediática que con lo que ocurre en los hospitales : “Una verdad simple de la existencia humana es que es mucho más fácil amplificar el miedo que apaciguarlo” (New York Times en McCombs, 2006: 67).

En su tarea mediadora, los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o encuadre determinado (*frame*), entendiendo por encuadre “una idea central organizadora del contenido de la noticia, que provee un contexto y sugiere de qué trata el tema en cuestión a través de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración de algunos aspectos concretos” (Tankard et alt. en Amadeo, 2002:10) o también la “idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada” (Gamson en Sádaba, 2006:59).

Los encuadres de los medios, generan significados con los que las personas tratan y manejan el mundo. Los significados de la realidad difundidos desde los medios de comunicación y su repercusión en los significados de esa misma realidad para

las audiencias se configuran como principal objeto de estudio para la teoría del *Framing*. El papel de los medios, que filtran la realidad al seleccionar contenidos o presentarlos de un modo determinado, así como la concurrencia de actores sociales e instituciones son factores que deben considerarse para precisar quién está influyendo realmente en la opinión pública. (Sádaba, 2006:71).

“La información que el lector percibe del hecho a través del enfoque de la noticia es lo que finalmente aceptará como “hecho real”. Pese a que la realidad casi nunca puede acotarse bajo un único marco de referencia, la noticia siempre lo hace, porque de este modo facilita enormemente la percepción del individuo”. (Noguera, 2006:196).

Por tanto, los esfuerzos por explicar los acontecimientos son tan importantes o más que la propia realidad. Aquel que consiga controlar la interpretación sobre la realidad sanitaria en la Comunidad de Madrid estará fijando el marco de discusión pública sobre los acontecimientos que se producen en esta área. Por eso parece necesario preguntarse sobre si el gobierno de la Comunidad, la oposición u otros grupos de presión, han logrado imponer una interpretación determinada de la situación hospitalaria a través de los medios analizados en nuestro estudio.

La definición de los hechos se exponen en el proceso de construcción de la agenda de los medios, en la decisión sobre qué asuntos publicar y el modo de hacerlo. Por eso, observando los *frames* propuestos por la prensa analizada en nuestra investigación, se pretende observar tanto cuáles son los problemas hospitalarios destacados en la agenda mediática como qué se piensa sobre ellos. Porque los encuadres no se centran sólo en los tópicos que son seleccionados por los medios sino en la forma particular en que dichos temas son presentados a la audiencia.

Para explicar el funcionamiento de los marcos que aportan significado a los hechos, Tuchman toma prestados dos conceptos de la sociología cognitiva, que convierte en componentes integrantes de la transformación de los sucesos en acontecimientos informativos. La *reflexibilidad* sugiere que los marcos convierten acontecimientos no reconocibles en sucesos discernibles. La reflexividad de la noticia hace que se ordene la realidad para hacerla accesible a las audiencias. La *indexividad* es la facultad por la que se pueden atribuir significados aparte del contexto donde fueron producidos y procesados pero necesitan un contexto propio. La *indexividad* convierte a la noticia en un significado para los que la leen, escuchan o ven. (Tuchman en Sádaba, 2006:81).

Desde esta perspectiva se puede considerar la noticia como un modo de conocimiento. Al perfilar significados de la realidad, la noticia y sus *frames* ofrecen visiones del mundo que el público asume, consciente o no del entramado institucional al que se someten los acontecimientos. (...) La creación de significados por parte de los medios lleva a considerar que las noticias también son creadoras de realidad. (Sádaba, 2006:84).

Los *frames* son “principios de organización compartidos socialmente, persistentes en el tiempo, y que trabajan simbólicamente para estructurar con significado el mundo social”:

- Principios: Producen un modo de encuadrar una cuestión.

- Organizativos: Hacen al mundo coherente, estructuran el significado
- Socialmente compartidos: insertos en las culturas.
- Persistentes en el tiempo: se usan de modo continuado. (Reese en Sádaba, 2006:94).

Los *frames* son una herramienta más que tiene el público para dar sentido a los sucesos públicos. Si se acepta la hipótesis de que los medios tienen una posición dominante en la sociedad actual, la competencia con los otros símbolos sociales se diluye por el control social que puede llegar a tener los *frames* mediáticos. “Los medios de comunicación saben cómo contar historias, y son más capaces de crear leyendas que los agentes tradicionales de la memoria”. (Yoram Peri en McCombs, 2004:264).

“Berger y Luckmann identifican tres tipos de realidades que interactúan, la realidad objetiva que existe fuera de los individuos, la realidad simbólica que emerge de los significados compartidos basados en cualquier forma de expresión simbólica como el arte, la literatura o los medios de comunicación y la realidad subjetiva en la cual la objetiva y simbólica se unen en los individuos” (Berger y Luckmann en Sádaba, 2006:147).

“Basándose en ellos, Ana First sostiene que actualmente la percepción de la realidad pasa por la percepción mediática, que afecta a cómo los individuos interpretan las experiencias objetivas y simbólicas. Los *frames* sobre una información se asocian con la experiencia sobre realidades similares de los individuos y cuando no existe tal experiencia, el *frame* cubre su ausencia no sólo informando sobre una temática novedosa, sino al mismo tiempo trayendo a colación todos los símbolos que dicho tema contiene”. (First en Sádaba, 2006:147).

Los mensajes que produce un periodista establecen significados que las audiencias comprenden en el mismo contexto cultural. De hecho, la comunicación de intercambio de contenidos sería imposible sin esos significados compartidos.

“El valor del *Framing* en cuanto que resalta que no hay un único camino para llegar a la verdad, se incrementa desde la capacidad representativa del símbolo que remite a los contenidos latentes en la noticia sin quedarse en su superficie”. (Sádaba, 2006:149).

“Gamson y Modigliani hablan de la interacción simbólica que se produce entre el periodista y su audiencia. Debido al discurso de los medios, los individuos construyen significados y la opinión pública es parte del proceso por el que los periodistas desarrollan esos significados”. (Gamson y Modigliani en Sádaba, 2006: 145).

“Según estos autores los símbolos externos que sugieren cuál es el *frame* de una noticia configuran la cultura política o los significados compartidos entre el periodista y su audiencia (metáfora, ejemplo, imagen...) Los *frames* periodísticos tienen éxito en la medida en que se combinen tres factores: sus resonancias culturales, las actividades de promoción o relaciones públicas en torno al tema y el ajuste con las normas y prácticas de la noticia”. (Gamson y Modigliani en Sádaba, 2006:145-146).

“Lipmann afirmó que, no vemos primero y definimos después, sino al contrario (...) seleccionamos lo que nuestra cultura ya ha definido por nosotros de manera que tendemos

a percibir lo que hemos elegido en forma de estereotipos culturales, es decir, encuadres contextuales, específicamente el contexto histórico-social". (Lippmann en Álvarez López, I., 2004:80).

"El marco está dividido en dos niveles, uno individual y otro social. El nivel individual está relacionado con el significado particular que cada individuo hace de la realidad, mientras que el nivel social contempla un significado común entre varios o muchos individuos sobre una realidad determinada". (Álvarez López, I., 2004:16).

El encuentro entre estas dos construcciones de la realidad, individual y mediática, se puede producir desde la integración, si se da una analogía entre ambas o desde la confrontación, en los casos en que haya divergencias, lo que producirá redefiniciones de las mismas o de los valores en que se apoyan.

Cabe deducir que "es fundamental la ideología, entendida como mecanismo de integración social. Según la cultura en la que se inserta el periodista y su audiencia, el mensaje informativo es ofrecido con determinadas claves interpretativas". (Shoemaker y Reese en Sádaba, 2006:181).

Entman (2007) considera que cuanto mayor sea el grado de congruencia cultural de un *frame*, aumentan las opciones de éxito de dicho encuadre. Lograr esta congruencia depende tanto de factores internos como externos. Por un lado, se debe dotar al *frame* de un elevado nivel de coherencia interna, de modo que sus cuatro funciones queden perfectamente integradas en una narrativa con una secuencia lógica. Y, además, debe conectar con los esquemas más compartidos por la cultura política en la que se pretenda activar el *frame* (Entman en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili: 443).

Desde la teoría del *Framing*, la definición y transmisión de realidades a través de los medios se realiza en una serie de transacciones simbólicas que se debe en gran medida a la interacción entre quien expresa un mensaje y quien lo interpreta, teniendo en cuenta que hay una intención comunicativa, (Sádaba, 2006:183) en el caso de los periodistas, conscientes de que con ellas tienen que redactar una noticia.

Tuchman (1983) señala que la noticia imparte a las cosas que ocurren su carácter público, en cuanto que transforma meros sucesos en acontecimientos públicamente abiertos a la discusión. Por tanto, desde su punto de vista, podemos considerarla como una institución ya que está disponible para los consumidores.

No es la noticia la que refleja a la sociedad sino que ayuda a construirla como fenómeno social compartido. Se habla de un circuito donde el emisor y el receptor se retroalimentan y juegan un papel importante en la construcción de la noticia, pero sin perder de vista que el mensaje dominante se encuentra implícito en esta dinámica. (Frankenberg y Lozano, 2010). "Los *frames* son principios mentales *archivados* (las itálicas son mías) por los individuos para el procesamiento e interpretación de la información y características de los discursos informativos". (Yows en Amadeo, 2002:19)

“Sin embargo, esta transacción en los medios de comunicación, excepto en los interactivos, es una interacción sin respuesta directa. Por esta razón, Thompson denomina las relaciones sociales que se establecen a través de los medios de comunicación, interacción cuasi-mediada. Indica que el flujo de información es predominantemente unidireccional” (Thompson en Sádaba, 2006:185).

“Esto no quiere decir que no haya interacción, puesto que también se generan formas de lealtad, confianza o afecto”. (Thompson en Sádaba, 2006:185). “Las deficiencias que supone una interacción de este tipo se suplen gracias al papel de los símbolos que se realiza con el apoyo de las técnicas y fórmulas periodísticas que permiten fijar contenidos simbólicos”. (Sádaba, 2006:188).

2.2.4. Composición dual del *Framing*: psicología y sociología

Es importante tener en cuenta la composición dual, psicológica y sociológica, del concepto de *frame*, estudiada fundamentalmente por Pan y Kosicki (1993) y posteriormente por Takeshita (1997).

“El *Framing* tiene su origen en la sociología interpretativa que basa su interés en la teoría del conocimiento”. (Sádaba en Álvarez López, I., 2004: 61). “Las personas perciben su entorno según sus actitudes y conocimientos previos (su interpretación). Para la sociología interpretativa, la respuesta del individuo está siempre condicionada por estos parámetros o factores.” (Sábada en Noguera, 2006:195).

Los denominados sociologistas que siguen a Goffman, comienzan observando el proceso de elaboración de la noticia (Tuchman, 1978) atribuyendo el poder a quienes manejan y dominan los *frames*, es decir, los símbolos sociales (Gitlin, 1980) y van volcando su interés hacia los efectos de los *frames* en la sociedad, considerando que las ideas y actitudes generales que una sociedad tiene acerca de un tema determinado se ven a la vez reflejadas en y formadas por la audiencia de los medios (Gamson y Modigliani, 1989). De manera que la realidad interpretada pasa a constituirse como la realidad social por excelencia. (Sábada en Noguera, 2006:195).

Sin embargo, otros autores, que examinan el *Framing* desde una postura psicologista, se centran en el proceso cognitivo que se da en la mente de los receptores de los mensajes. Este proceso afecta a sus juicios de valor y a sus inferencias respecto a un tema dado. “Los autores que investigan desde esta corriente se centran en los efectos de las noticias, las consecuencias que pueden tener en los miembros de la audiencia que las recibe y evolucionan hasta analizar el proceso interno del periodista que genera la información”. (Amadeo, 2002:25).

Hay investigadores, como Entman (1978) que utilizan recursos de las dos corrientes. Pan y Kosicki (1993) proponen que los textos de las noticias pasan a estar compuestos por recursos simbólicos organizados (concepto simbólico de Gamson) que interactúan con la memoria de los agentes individuales (idea psicologista de Graber) para construir un significado completo (Pan y Kosicki). Esta fuerte interrelación sugiere que se puede analizar el *Framing* desde una

posición teórica psicosociologista. De esta manera, el concepto de *Framing* se amplía más allá de la sola mente del receptor o del emisor para hacerse extensivo a la sociedad pero sin olvidar a sus individuos. (Amadeo, 2002:24).

Rachlin (1989) considera que los *frames* reflejan el punto de vista dominante de la sociedad dentro de la cultura política, el orden hegemónico. Cohen y Wolsfeld (1993) definen los *frames* como “esquemas que sirven de herramienta que ayuda a los individuos a interpretar, procesar y almacenar datos”. Semerko (1995) sostiene que los *frames* propuestos por los medios tienen un efecto limitado en la sociedad. Aunque es sensible a los *frames* que los medios proponen, la audiencia tiene otros *frames* aprendidos y almacenados a través de sus conocimientos y experiencias. Estos *frames* sociales ayudan a la audiencia a evaluar, descartar o aceptar los *frames* de los medios. Rhee (1997) ve el proceso de *Framing* como “la interacción entre las características de un texto y el conocimiento de la sociedad que tiene el intérprete”. (Amadeo, 2002).

2.2.5. El *framing* como paradigma ¿fracturado? de investigación

La teoría del *Framing* ofrece una explicación a la manera en que los medios de comunicación conectan con sus públicos desde la investigación en comunicación. Con la observación del proceso de transmisión de información que se da entre los medios y la sociedad a través de las noticias, analizando el discurso mediático y estudiando de qué manera enmarcan y difunden esos valores compartidos.

“El *Framing* es, a la vez, un proceso de atribución, transmisión y recepción de significados. Al considerar que la investigación de *frames* se da simultáneamente en los tres niveles de la comunicación, el análisis del *Framing* involucra la elaboración, el contenido y el consumo de las noticias”. (Yows en Amadeo, 2002:19). Esta compleja relación entre el periodista, el público y la información publicada lleva a Entman (1993) a considerar el *Framing* como posible paradigma de investigación. Sin embargo, las diferentes aproximaciones procedentes de distintas disciplinas, líneas de investigación y definiciones alrededor de esta teoría, le lleva a catalogarlo como “paradigma fracturado”

En un intento de superar el mero análisis textual en la descripción de los *frames* Graber, Cohen, Wolfsfeld y Entman indican que los *frames* no sólo aparecen en los textos, sino que serían tanto principios mentales de procesamiento de la información como características textuales. Son esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se generan. (Sádaba, 2006:87).

“Aunque hay autores que investigan los *frames* desde el mensaje en sí mismo, desde el contenido concreto de la noticia al que se considera objeto de estudio, cuando los investigadores analizan los *frames* en los textos, estos interesan como consecuencia de los *frames* de los periodistas o porque generan efectos en la opinión pública” (Amadeo, 2002:13). Los *frames* en los textos no son objeto de estudio en sí, sino como construcciones que derivan de una postura que

los crea (Entman en Amadeo, 2002:14) o como su funcionalidad de interpretación para los lectores (Rhee en Amadeo, 2002:14).

Según señala Amadeo (2002) hay autores que consideran que el *Framing* se realiza en todo el proceso de información. El *Framing* pasa a ser un proceso de transmisión de sentido, un proceso que va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios. Involucra tanto recursos de cognición e interpretación individuales como característicos de la sociedad en la que se insertan los hechos.

“Por tanto, los *frames* no son independientes unos de otros. Los periodistas responden a criterios sociales y profesionales por medio de los cuales recogen y elaboran información que será plasmada en un texto que luego será leído, visto u oído por receptores. Estos a su vez reconocerán en este texto una noticia, interpretarán su contenido y actuarán siguiendo pautas interiorizadas” (Amadeo, 2002).

“Así, en lo referente a los fundamentos conceptuales, uno de los principios que definen el núcleo básico de lo que se considera un *frame*, subrayando su identidad como teoría comunicativa y su autonomía frente a otras perspectivas es la naturaleza interactiva del proceso de *Framing*.” (Vicente Mariño y López Rabadán, 2009:22).

2.3. La producción de textos informativos

2.3.1. La sociología de las redacciones. El periodista y las empresas informativas

La realidad construida por los medios de comunicación es el resultado de la actividad desplegada por las organizaciones periodísticas. Por tanto, hay investigadores de *Framing* que se centran en la fase de elaboración y tratamiento de la noticia, para los que la producción de información por parte de los periodistas y los medios es el objeto de estudio, ya que en este proceso influye tanto el periodista como individuo, como las empresas informativas en las que trabaja. Entman (1993) indica que al usar *frames* los periodistas aplican sus criterios, valores y necesidades o los de su empresa.

Estos autores estudian los orígenes de los *frames* en la sociología de las redacciones (*newsroom sociology*). Se dedican a observar al periodista que, en cuanto a individuo (carga valorativa, ideología, profesionalidad, criterios e intereses personales), influye en el contenido de las noticias. Los contenidos de los medios se localizan, recogen, seleccionan y difunden por profesionales que dejan su huella en el producto informativo. Pero también estudian las empresas informativas (estructura organizativa, intereses, objetivos y criterios de trabajo) para conocer los “procesos por los cuales las novedades se convierten en historias que ocupan un tiempo y un espacio en el mundo de las noticias” (Tuchman, 1978).

Gaye Tuchman (1978) es la primera autora que aborda el *Framing* desde la perspectiva de los medios de comunicación como creadores de noticias, teniendo en cuenta todo el proceso informativo, las estructuras en que se desarrolla y las dinámicas que generan. Defiende que los elementos que determinan los *frames* de los medios de comunicación son su organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos y como consecuencia los marcos serían las normas transmitidas y compartidas por los miembros de una redacción, las que llevan a seleccionar unos temas y a silenciar otros, a darles forma de noticia o reportaje y a través de las cuales se mira la realidad sobre la que se informa.

Así, esta disciplina propone estudiar cuáles son los condicionantes que afectan a la producción de textos informativos y más concretamente, conocer cómo influyen las características de un medio para determinar los enfoques de una noticia.

Estos factores pueden ser de carácter individual, todos aquellos que tienen que ver con el periodista, como sexo, clase social, edad, formación, ideología política, valores profesionales y éticos, que influyen en cómo es interpretado por el redactor el contexto que rodea a la noticia y cómo tales interpretaciones determinan la reproducción de los sucesos periodísticos.

Además, es necesario tener en cuenta los intereses económicos, ideológicos y políticos de las organizaciones mediáticas que publican los textos informativos, así como las rutinas de trabajo, los valores profesionales y las estructuras organizacionales ya que van a intervenir de manera decisiva en el enfoque de las noticias.

La teoría de la mediación, para la que “el periódico es un intérprete y el periodismo un método de interpretación de la realidad”, considera que los medios representan los acontecimientos pasándolos por el filtro del periodista, por sus rutinas profesionales o por la organización para la que trabaja. (Sádaba, 2006:57).

Shoemaker y Reese proponen un modelo para revelar posibles influencias en el contenido de los mensajes a través de una serie de factores representados en círculos concéntricos, lo que explicaría distintos titulares para un mismo acontecimiento. Uno de ellos es el medio en cuanto a organización, con su estructura interna, su jerarquía, objetivos empresariales, etc. que afectan a los mensajes. Además, están los factores individuales: género, etnia, conocimientos, formación académica, experiencias profesionales y creencias del periodista y las rutinas profesionales serían los agentes externos al medio, como son los contenidos de otros medios, anunciantes, índices de audiencia o legislación del país en el que se trabaja (Shoemaker y Reese en Sádaba, 2006:179).

Este modelo se parece a la metáfora sugerida por McCombs, Einsiedel y Weaver que compara las contribuciones e influencia sobre los mensajes de los medios de difusión con las capas de una cebolla. La capa exterior es un conjunto de fuentes que los periodistas utilizan de modo rutinario para obtener las noticias. La capa más interna consiste en el propio núcleo del periodismo, es decir, aquellas prácticas, valores y tradiciones en las que se forma todo periodista, comenzando con su formación universitaria y siguiendo con las experiencias cotidianas de su trabajo. (McCombs, Einsiedel y Weaver en McCombs y Evatt, 1995:19).

“Este núcleo profesional, al que Hofstetter denomina las desviaciones estructurales del periodismo, explica la predilección de los periodistas por ciertos tipos de informaciones. Estas actitudes socializadas constituyen el filtro último que moldea la naturaleza de las noticias. Son tan fuertes que, a pesar de las promesas repetidas de subrayar los asuntos, los medios de difusión inevitablemente quedan atrapados por los modos periodísticos de contar historias que se imponen”. (Hofstetter en McCombs y Evatt, 1995:19).

Por tanto es interesante recalcar la importancia que tienen las actitudes profesionales de los periodistas ya que condicionan las diferencias que encontramos en el modo de cubrir informativamente la realidad. Uno de los investigadores que más ha incidido en este asunto es Weaver quien en su obra *The Global Journalist: News People Around the World* (1998) analiza la percepción que los redactores de 21 países, incluida España, tienen acerca de diferentes aspectos de su trabajo.

Respecto a las funciones del periodismo, llega a la conclusión de que hay una considerable coincidencia de opiniones en lo referente a la importancia de informar con rapidez, y alguna sobre la trascendencia de analizar y vigilar las actuaciones del gobierno. Sin embargo, observa un manifiesto desacuerdo sobre la relevancia de entretener y una amplia variedad de opiniones sobre la importancia de informar con exactitud y objetividad. (Weaver, 1999:37).

También se muestran discrepancias acerca de cuáles son los aspectos de su trabajo a los que conceden más importancia. Entre ellos figuran el sueldo, la seguridad de empleo y las oportunidades de ascenso o la línea editorial, la posibilidad de especialización, la autonomía

o la ayuda a los demás. El autor se pregunta si influye en el tipo de información para que sea más completa, imparcial y exacta. (Weaver, 1999).

“Las rutinas periodísticas se describen como operaciones cotidianas de reconstruir la realidad como noticia y, al mismo tiempo, como la materialización de los procesos institucionales en los cuales tiene lugar la producción de la noticia. La noticia no se caracteriza como una imagen de la realidad que puede ser correcta o deformada, sino como un marco a través del cual se construye rutinariamente el mundo social” (Tuchman en Van Dijk, 1990:22).

En esta línea, continua Gitlin (1980) que determina que los *frames* de los periodistas son el resultado de rutinas de trabajo que se dan en una redacción y gracias a ellos, los periodistas pueden procesar grandes cantidades de información de forma rápida y rutinaria. La organización de las redacciones ha impuesto un ritmo de trabajo que incide en tres campos concretos: el espacio, el tiempo y la fuente, que determinan el temario de los medios. (Tuchman, 1983).

Así, lo que ocurre en lugares donde los medios tienen corresponsales o reporteros tiene mayores oportunidades de transformarse en noticia. Además si un hecho se produce en la jornada laboral de un periodista tendrá muchas más posibilidades de convertirse en noticia. En ocasiones, los hechos se adecúan al horario del periodista, como en el caso de las ruedas de prensa, declaraciones de protagonistas de la noticia o envío de notas de prensa. “La periodicidad de los diarios, caracterizada por los cierres de edición cotidianos determina la preferencia global por la noticia disponible en ese momento”. (Van Dijk, 1990:174).

Es significativa la percepción que los profesionales del periodismo con puestos de responsabilidad en las redacciones de prensa tienen acerca de cómo distribuyen su tiempo laboral. Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada por Demométrica y Estudio de Comunicación en 2005 la mayor parte del tiempo están en la redacción ante el ordenador (46,1%) o hablando por teléfono (21,8%). A continuación establecen las entrevistas personales con sus “fuentes” (15,1%) y la actividad en la calle, en ruedas de prensa (9,7%). Además, determinan que la hora tope para recibir notas y comunicados de prensa para su publicación al día siguiente se encuentra entre las 19:00 y las 21:00 horas (35,2%), aunque algo más de 1 de cada 4 (26,8%) periodistas de prensa ha manifestado que la hora límite supera las 21:00 horas. (Mariñas, J.A., 2007).

Es necesario considerar las rutinas diarias que utilizan las organizaciones para obtener los datos que se convierten en noticiables. Los procedimientos establecidos para la recopilación de la materia prima con la que se redactarán las noticias son determinantes para la profundidad y calidad de la información transmitida.

En el estudio de Weaver, otro asunto en el que surgió la discrepancia es acerca de los procedimientos para la obtención de información, tales como trabajar en una empresa para conseguir información interna, el empleo de micrófonos o cámaras ocultas, la información pagada, utilización de documentos comerciales, oficiales o personales sin autorización, empleo de métodos coercitivos o la revelación de fuentes confidenciales. (Weaver, 1999).

Además, Tuchman analiza otra serie de elementos que influyen en los enfoques de las noticias. Entre ellos figuran la sección desde dónde se cubre la noticia, la organización de estas secciones, quién decide qué se cubre, el momento en que suceden los acontecimientos y las tipificaciones y clasificaciones. Estas tipificaciones son una manera de anticipar los recursos de los sucesos, de saber cómo cubrir un hecho según se clasifique como noticia dura o blanda. Permiten prever y organizar el contenido de las informaciones. Las noticias duras tratan sobre cuestiones importantes, de interés para los seres humanos, que a su vez pueden clasificarse en noticias súbitas (hechos inesperados) o en desarrollo (hechos emergentes, que continúan desarrollándose). (Tuchman en Sádaba, 2006:79-80).

Las investigaciones sobre este asunto han ido evolucionando del mero análisis descriptivo de las características, rutinas y valores que aplican los periodistas a la cobertura de la realidad, al análisis de la responsabilidad del periodista y el medio al definir, estructurar, seleccionar e interpretar la realidad noticiable.

Ortega y Humanes (2000:56) describen la paradójica relación que se da entre los empresarios de medios y los peculiares empleados que son los periodistas:

La obtención de beneficios se lleva a cabo a través de la puesta en circulación de productos *sui generis*, las noticias, cuya elaboración compete a los periodistas. Los empresarios podrán generar un clima en virtud del cual el énfasis se pondrá en unas u otras noticias. Lo que no está en sus manos es decidir cómo se producen éstas. Ello queda en manos de los periodistas. De manera que el empresario mediático ha de enfrentarse con la fabricación de un tipo de bien cuya definición y naturaleza no controla, aun cuando tal control sí puede ejercerlo en lo que concierne a los medios que permiten su puesta en circulación. De esta peculiar situación se desprenden las características específicas de la empresa de la comunicación y el papel que dentro de ella desempeñan los periodistas, bastante más que meros asalariados.

Desde la disciplina de la Ética en los medios, la singularidad de este sector se encuentra en la estructura de trabajo de los informadores, cuya función les compromete directamente con su dimensión ética individual, ya que su actividad profesional se basa en “una mentefactura, no una manufactura” (Soria, 1997:59) en la que “más que vender contenido a los clientes, los periodistas construyen una relación con sus lectores, oyentes o espectadores basada en sus valores, en sus juicios, autoridad, valor, profesionalidad y compromiso con la comunidad” (Kovach y Rosenstiel, 2003:86) bajo la cabecera del medio informativo.

Sin embargo, “los intereses de la redacción no siempre coinciden con los de las empresas de medios que mercantilizan la información y acaban desplazando los criterios éticos” (Videla, 2004:150) como consecuencia de las transformaciones de un sector que dominan grandes grupos empresariales con actividades diversificadas en diferentes sectores (Almirón, 2006). Estos denominados *Corporate Media* en el mundo anglosajón, “se caracterizan por una estructura jerarquizada que dificulta escuchar convenientemente la opinión ética o de conciencia de los profesionales que elaboran el contenido informativo, especialmente cuando surgen conflictos de interés” (Reese, 1999:61). Por tanto, la empresa tiende a crear una cultura corporativa única en las que el criterio que prevalece es la obtención de beneficios y no tanto

en la labor de redacción (Aznar, 2005) con la repercusión que esta situación provoca en el compromiso con los ciudadanos (Kovach y Rosenstiel, 2003:252).

En efecto, “los medios de comunicación tienen una función formadora de la opinión pública y su compromiso con la responsabilidad social y las audiencias adquiere especial relevancia” (Videla, 2004:153). Esto hace que aumente considerablemente la corriente que defiende la necesidad de evitar que “los criterios de la gestión económica interfieran o se impongan a los criterios de la redacción” (Aznar, 2005: 99). “Cuando un lector selecciona un medio de información está optando por un determinado criterio de honradez y credibilidad” (Kovach y Rosenstiel, 2003), por una forma de observar la realidad, en la que la que espera que el contenido cumpla con unos requisitos mínimos englobados en lo que previamente se ha denominado Ética de los medios. De lo contrario, la información es observada como una amenaza, puesto que existe la percepción de que el medio informativo está determinado por el afán de aumentar el beneficio económico o el poder (Aznar, 1999), lo que pone en tela de juicio la credibilidad de la empresa.

Como conclusión debemos destacar, como indica Van Dijk (1990), que la producción de noticias supone las actividades y las interacciones, tanto entre los periodistas como entre otros muchos miembros de la sociedad.

2.3.2. Influencias ideológicas en la producción de noticias

Fishman (1980) señala que los periodistas detectan acontecimientos, los interpretan como sucesos con sentido, investigan su naturaleza fáctica y la reconstruyen en historias. Al igual que Tuchman (1983), no considera que las raíces de la ideología se encuentren en las condiciones socioeconómicas y cognitivas de quienes elaboran las noticias, sino que muchos de los sucesos se encuentran ya predefinidos por ciertos poderes públicos. En este sentido, Tuchman (1983) indica que podríamos considerar la noticia como aliada de las instituciones legitimadas: localizado, recogido y diseminado por profesionales que trabajan en organizaciones.

“Los individuos en las organizaciones comunicativas participan de modelos de conducta que ellos no han creado puesto que las rutinas se desarrollan en respuesta a consideraciones prácticas que proceden de los proveedores de información, las fuentes, que reclaman atención mediante formatos establecidos (ruedas de prensa, convocatorias públicas, etc...) y de los consumidores de la información, que reclaman que ésta sea relevante, de interés humano, próxima o actual y para ello el periodista recurre a acontecimientos definidos como noticia y a formatos ya establecidos, como la pirámide invertida” (Shoemaker y Reese en Sádaba, 2006:180).

Además, como ya hemos desarrollado en el anterior apartado, las rutinas de trabajo para producir mensajes son conformadas por cada medio según su conveniencia. Según Sullivan, Dutton y Philip (2003), la posibilidad de los profesionales de ganar autonomía está sujeta a dos restricciones clave, la rentabilidad y la regulación de los medios. En este sentido, Murdock (1982:122) señala que, “dentro de las organizaciones mediáticas pueden existir dos niveles

de control a los que se enfrenta la autonomía de los comunicadores, el de los accionistas y el operacional”.

“Las limitaciones provenientes de las condiciones económicas (...) son importantes en la formación y conformación de valores. Las ideologías sociales y políticas no son algo que puedan escoger libremente los periódicos que buscan beneficios y que dependen de la publicidad, las ventas y las suscripciones”. (Van Dijk, 1990: 174). Sin embargo, los propietarios no suelen intervenir de manera directa sino que sus intereses ideológicos están garantizados por los acuerdos implícitos que se dan en el sistema de producción. Así, es importante destacar que aunque el periodista que trabaja en un medio no tiene por qué compartir su ideología sí que debe asumirla, redactando los textos desde el punto de vista del diario en el que desarrolla su actividad profesional. (Van Dijk, 1990)

De acuerdo a esta afirmación, podríamos determinar que los periodistas al organizar la realidad para crear las noticias, desarrollan un proceso informativo en el que la recogida, selección y difusión de información está vinculada a la organización en la que trabaja y a las entidades ya consolidadas.

Esto nos lleva a reflexionar acerca de “la presunción de la independencia de los profesionales de los medios como un valor profesional que permite tomar decisiones que se enfrenten a la presión de las élites, pero que por lo general terminan adaptándose a ellas”. (Frankenberg y Lozano, 2010:200). Tuchman habla de “la “red de factibilidad” que se teje entre los que elaboran las noticias con el fin de crear una ilusión de credibilidad, pero que en última instancia legitima el “*status quo*” “(Tuchman en Van Dijk, 1990:23).

Los valores presuntamente profesionales en los que han sido educados los periodistas (objetividad, neutralidad, rigor, verificación, independencia, servicio público, etc.) no coinciden con los valores empresariales y mercantilistas que mueven las decisiones de los directivos que coordinan su trabajo diario. Vivimos en un mundo marcado por el dinero y el comercio, y la información no puede escapar de eso. Los directivos-empresarios de los entramados mediáticos piensan en términos de niveles de audiencia y esto premia el recurso habitual al info-entretenimiento, a los contenidos ligeros y sensacionalistas, etcétera (Halimi en Sánchez de la Nieta, Monfort de Bedoya y Fuente Cobo, 2014:1).

Diezhandino (2008) defiende que las nuevas tecnologías han aumentado el clima de competitividad para poder competir por las audiencias e incrementar el mercantilismo en torno al que se mueve el sector. A esto se une “el progresivo desinterés del ciudadano por la cosa pública, que aumenta el desconcierto entre los periodistas, al ver como su audiencia se interesa cada vez menos por el análisis y el comentario político de los problemas reales”. (Sánchez de la Nieta, Monfort de Bedoya y Fuente Cobo, 2014:1-2).

Algunos autores opinan que la posición de neutralidad con la que los periodistas, a menudo, defienden su objetividad, refuerza la tendencia política dominante. Otros, como Lozano argumentan que los periodistas tenderán a destacar u omitir aquellos planteamientos o hechos que coincidan o se contrapongan al prisma ideológico o político con que observan la realidad.

“Al final de cuentas, los periodistas también son producto de la sociedad donde viven y están expuestos a ser influidos por sus diferentes agentes de socialización”. (Lozano, 2007:44).

The Glasgow University Media Group sugiere que sobre los periodistas existe una presión ideológica invisible. “Más importantes que otros filtros por los que pasa la noticia, la ideología de la sociedad en la que el periodista trabaja delimita lo que puede decir y lo que debe callarse”. (Sádaba, 2006:96). El interés de los medios por determinados temas no surge de modo aislado, sino que recibe influencias, de la agenda política, de grupos de presión, de empresas y organismos públicos y privados y de otros medios.

“La ideología en este sentido no es el resultado de la práctica informativa sino que es un factor que le viene dado al medio desde el exterior, que la asimilan como propia al recurrir en su trabajo a las fuentes de poder institucionales que legitiman el poder establecido. Las rutinas profesionales que hacen a los periodistas acudir a determinados expertos en asuntos concretos refuerzan aún más el carácter de esos personajes como expertos en la materia”. (...) Según Allan Rachlin “los *frames* reflejan el punto de vista dominante en la sociedad”. (Rachlin en Sádaba, 2006:97).

Algunas visiones de la teoría del *Framing* en comunicación subrayan el aspecto ideológico del trabajo de los periodistas a través de los *frames*. Hackett, en su análisis de la objetividad, señala que la ideología es un sesgo que actúa de acuerdo con la motivación de los comunicadores. (Hackett en Sádaba, 2006:97). La ideología en los medios de comunicación va más allá del mero favoritismo en los contenidos; también se expresa cuando un determinado político ocupa más tiempo o espacio o se le confiere más relevancia.

Según defiende Schiller (1981), “los enfoques no siempre son obvios, la mayor parte de las veces están implícitos en el contenido, reconocibles solamente por medio de un análisis exhaustivo” (Schiller en Canel, 1999:101). “Porque el enfoque de las noticias no siempre es un proceso consciente e intencionado sino que el periodista a menudo proyecta, de forma inconsciente, su modo de ver las cosas, en el contexto en el que vive y en el que las noticias deben ser insertadas para ser inteligibles para la audiencia” (Hackett, en Canel, 1999:10).

“Aunque puede resultar relativamente fácil mantener una perspectiva equilibrada respecto a un conflicto lejano, es mucho más difícil mantener la misma distancia crítica de un conflicto que afecta a nuestro propio grupo social o comunidad”. (Mia Doornaert, 1999:45). Esta autora continúa declarando que las presiones ejercidas sobre los periodistas dificultan la labor periodística. Estas pueden ser internas, cuando los periodistas están implicados en la situación y tienden consciente o inconscientemente a ser partidarios y externas, como cuando existe una presión comercial para “dar al público lo que éste quiere”.

Todos estos factores condicionan al periodista al construir una realidad social y al ofrecérsela a su público, ya que “tomado en sí mismo, un hecho no tiene significación” (Tuchman en Sádaba, 2006:80). Los marcos de las noticias, dentro de los entramados institucionales producen y a la vez limitan el significado (Tuchman en Sádaba, 2006).

2.3.3. España en los sistemas mediáticos: la politización de la prensa

En relación con las diferencias entre los sistemas políticos, cada país desarrolla su propio sistema de medios. Hallin y Mancini sintetizaron en tres los principales sistemas mediáticos del mundo: el mediterráneo o polarizado pluralista que prevalece en los países mediterráneos del sur de Europa, como Francia, Grecia, Portugal, Italia y España, el democrático corporativista propio del norte y centro de Europa, y el liberal característico del Norte y el Atlántico. España se encuentra en el primero, cuyas principales características son la integración de los medios de comunicación en la política de partidos, un papel activo del Estado en el sistema mediático, un desarrollo histórico relativamente débil de los medios de comunicación comerciales y, también, un nivel de profesionalización menor del periodismo. (Hallin y Mancini, 2008).

“Este fuerte paralelismo entre el discurso de los medios y el de los políticos afines y el gran enfrentamiento entre los dos grandes bloques resultantes, convierte al sistema de medios español en un “periodismo de trincheras”, que lleva a la creación de dos comunidades enfrentadas que rivalizan por el establecimiento de los términos de negociación y definición de cada uno de los temas del debate público” (López Escobar en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:455).

“Los periódicos del sur de Europa están dirigidos a una pequeña élite, principalmente urbana, culta y políticamente activa. Sus contenidos son a la vez sofisticados y politizados, y se puede decir que estos periódicos están implicados en un proceso horizontal de debate y negociación entre las distintas facciones de la élite” (Hallin y Mancini, 2008:20).

También destaca aquello que se puede denominar «el pluralismo externo» (es decir, la existencia de una serie de medios partidistas donde existe muy poca pluralidad interna) y una tradición de periodismo de comentario y opinión más persistente que en otras partes de Europa. (Hallin y Mancini, 2008).

En el modelo pluralista polarizado se da un alto grado de vinculación o de «paralelismo político». Mientras a nivel teórico se defiende una concepción liberal de los medios de comunicación, en la práctica prevalece una concepción instrumental de los mismos, entendidos principalmente como mecanismo de influencia política o como mecanismo de promoción comercial. (Hallin y Mancini, 2008).

Una investigación llevada a cabo por Gurrionero y Canel (2009) a partir del modelo teórico del *Framing* sobre el terrorismo en España corrobora esta teoría. En España, según los autores, aparecen dos comunidades, con sus políticos y medios de comunicación alineados, que se disputan el predominio sobre la explicación de una misma realidad.

Asimismo, las conclusiones a las que llegan Castromil y Chavero son que los datos de su investigación “parecen indicar que, en efecto, la prensa española a) responde a un patrón de alineamiento ideológico y b) tiene cierta proclividad a la tendenciosidad en sacrificio de la neutralidad informativa”. (Castromil y Chavero, 2012:65).

Según Alejandro Navas (1999:41), el periodista, con frecuencia, concibe su trabajo como un servicio a la difusión de la ideología que defiende su bando. Su objetivo es influir en el lector, en sus ideas y su comportamiento. Debido a sus enormes posibilidades de influencia, los medios son potenciales aliados cortejados con solicitud por los contendientes de uno y otro bando. En esta labor de captación se recurre en ocasiones a argumentos ideológicos, y en otras, simplemente al dinero. Ahí está la tendencia de grandes grupos financieros o industriales a la adquisición de todo tipo de empresas de comunicación. La capacidad crítica de esos informadores se ve entonces limitada en la práctica y los medios pasan a convertirse en peones al servicio de estrategias políticas y económicas.

El profesor Gómez Antón (1999) considera que esto ocurre porque, en ocasiones, el periodista en vez de pensar en su trabajo como un servicio público, cree que lo que importa no es la realidad sino buscar algo que impacte, que reporte sustanciosos aumentos en la audiencia de su medio. Los periódicos y los medios que apelan a los prejuicios y las pasiones de su público tienen mayor audiencia que los que informan de manera equilibrada y comentan de forma racional. “Con demasiada frecuencia, el público prefiere las sensaciones y la emoción a la calidad y la razón”. (Mía Doornaert, 1999:48).

En efecto, consideramos que esta es una de las razones por las que los medios de comunicación audiovisuales (radio y televisión), que recurren a estas estrategias, tengan una notable incidencia en la formación de la opinión pública y correspondientemente haya una baja tirada de la prensa escrita.

2.3.4. La personalidad de los medios: La tematización

La tematización es el proceso por el cual los medios seleccionan un tema y lo ponen en conocimiento de la opinión pública. A través de ello, los públicos reducen la complejidad social y hace posible la comunicación. Fuller (1995) y Chen (1996) centran su atención en las rutinas de los periodistas y los criterios sociales que tienen en cuenta para elaborar una información asequible para el público.

“El temario de un medio es el contenido de su superficie redaccional. La suma y análisis de los sucesivos temas acaba definiendo la personalidad de cada medio”. (Fontcuberta, M., 1993:35). “La construcción de un temario muestra la valoración que cada medio efectúa de todos los acontecimientos de la realidad y la intención de transmitir al público ese orden de importancia para que lo haga suyo” (Fontcuberta, M., 1993:41).

“La tematización y la teoría de la producción del temario periodístico sostienen que lo que pretenden los medios (...) no es sólo exponer temas sino centrar la atención del público en unos temas” (Marletti en López, 1995:109). Con este componente intencional se persigue “el proceso de movilización hacia la decisión, por cuanto exige la resolución de un problema estructural mediante la adopción de una opinión determinada”. (Saperas en López, 1995:109).

La interpretación acerca de lo que se informa está condicionada tanto por la selección de temas que se abordan como por los diferentes tratamientos que se puede dar a una noticia.

Es la decisión de inclusión de un tema en la agenda mediática y se hace por medio de los siguientes cuatro mecanismos:

- Recopilación de Información.
- Inclusión de información.
- Exclusión de información.
- Jerarquización de información.

2.3.5. Recopilar la información. Las fuentes proporcionan la materia prima en la producción de noticias

Las fuentes informativas son el canal, persona o institución que proporciona a las redacciones o al periodista datos sustanciales o complementarios, al ser testigo directo o indirecto de los hechos, para poder confeccionar noticias. Tuchman (1983) señala que entre fuente informativa y noticia hay una relación directa. Incluso podemos señalar que la relación entre el medio y las fuentes es de las más básicas y complejas de todo el proceso de producción de noticias.

Un papel primordial en el discurso noticioso lo acaparan las fuentes y su identificación. Son un instrumento importante en el proceso productivo de la noticia y en el análisis de la profesionalidad de los periodistas. Además, son el origen y parte integrante del trabajo en las redacciones y en cualquier tipo de investigación. Aportan los recursos a partir de los que se arma y difunde la información y se amplía el conocimiento. La dimensión cognitiva que subyace en una noticia de calidad, identificando esa condición con la precisión de los datos manejados, tiene mucho que ver con la propia significación de la fuente y, al final, con la credibilidad con la que el lector recibe la noticia, según Núñez Ladevéze que incide en la importancia de buscar siempre el referente original y mencionarlo claramente (en Otero y López, 2012:176).

“El nexo entre acontecimiento-fuente-noticia es central en la construcción de la realidad periodística”. (Rodrigo Alsina, M., 1993:113). La mayor parte de los autores que han trabajado en el análisis de las fuentes están de acuerdo en que su estructuración y mención son de suma importancia para el sistema de la información. Porque fuentes y periodistas se retroalimentan, impulsados por intereses o expectativas diferentes.

Pero este juego de intereses en el que están inmersas las fuentes y la selección de las mismas no es casual. Las fuentes, con la necesidad de venderse a través de la difusión de los medios, buscan la manera de interferir en el proceso productivo de la información convertida en noticia. Por tanto, según Lorenzo Gomis (en Otero y López, 2012: 178), “la responsabilidad de los medios se centra en verificar y contrastar a quién se beneficia y a quién se perjudica, de tal manera que la interpretación de la noticia se hace más eficaz al poder comprobar las ventajas e inconvenientes y así identificar la verdadera fuente”. En definitiva, fuente es cualquier persona, material o producto, original o elaborado, que suministre informaciones o datos que se puedan utilizar como testimonios de acceso al conocimiento; es todo aquello

que facilite la provisión de información para luego transmitirla (Carrizo en Otero y López, 2012:181).

“Toda fuente es valiosa en sí misma y en contraposición a los otros porque se enriquecen a través del contraste y la polémica” (López, M. 1995:35). Bernstein y Woodmard (1983) sostienen que todo hecho debe estar verificado por dos fuentes independientes entre ellas, propuesta que se encuentra en muchos libros de estilo. “Cuanto mayor sea la cantidad, la calidad y la diversidad de las informaciones que comunica y de las fuentes que cita, tanto mayor será su credibilidad y por lo tanto su influencia” (Borrat, 1989:54). Contrastar informaciones es la clave para mantener una democracia informativa.

“La investigación de las fuentes de influencia que moldean la agenda mediática da lugar a la cuarta fase de la teoría de la *Agenda setting* y marca una significativa expansión que va más allá de la relación entre la agenda mediática y la pública”. (McCombs, 2004:225).

Las fuentes de información son de muy diversa índole. Puede ser el propio periodista convertido en testigo directo del suceso, muy poco frecuente, ya que pueden observar sólo una pequeña fracción de las situaciones y hechos que se producen cada día.

Por tanto, las principales fuentes informativas son externas, como los testimonios de espectadores o protagonistas, las actividades rutinarias de las relaciones públicas, las interacciones de los distintos medios de comunicación entre sí y las de carácter documental (libros, publicaciones, informes, etc.), en las que los periodistas encuentran el material que satisfaga las necesidades informativas de contextualización.

Uno de los factores condicionantes para aspirar a la objetividad, imparcialidad y pluralidad de la producción mediática es la agenda de trabajo de las empresas de medios. Los medios pueden recopilar la información de dos maneras, buscándola a través de sus contactos (fuentes resistentes y fuentes abiertas) o recibéndola a partir de la iniciativa de distintos proveedores interesados (fuentes espontáneas, fuentes ávidas y fuentes compulsivas).

Si los periodistas contasen lo que ven, y con rigor lo que les cuenten, si especificasen quién se lo ha contado, cómo, qué ingredientes lleva ese relato, quién y con qué intenciones ha aliñado el material informativo, etc. estaríamos ante un panorama informativo totalmente correcto y deseable: se cumplirían los requisitos, el rigor en los datos, la claridad en las fuentes, la transparencia en los intereses y la sanidad del producto, pues si se ha pasado un antivirus, que en periodismo significa haber contrastado datos y haber consultado de forma plural a las partes implicadas, esa información ya no portará enfermedades. (Pablos Coello, J. M. de y Mateos Martín, C., 2004:345).

Por las respuestas obtenidas en un estudio del año 2006 en España, no cabe duda de que el periodista confía, sobre todo, en sus contactos personales (90,1%). Tras éstos, también queda claro que las fuentes oficiales, portavoces (26,8%), o gabinetes de Comunicación (28,2%) tienen una mayor credibilidad que las fuentes ajenas a la empresa o institución (23,9%) para

ofrecer información o noticias que le conciernen. En este caso, cuanto más alto sea el cargo que ocupa el interlocutor del profesional mayor credibilidad le otorga. (Mariñas, J.A., 2007).

“La accesibilidad de las fuentes favorece los relatos de los actores periodísticos que han organizado vinculaciones con la prensa (...). Las rutinas de la producción periodística reproducen la estructura social mediante su especial selección y atención respecto de las organizaciones, las instituciones y las personas que cumplen estos requisitos. Esto explica parte del especial interés por las élites política y social”. (Van Dijk, 1990:175).

Estas fuentes informativas, no lo olvidemos, se distribuyen socialmente de forma desigual: no todas las asociaciones, empresas, entidades, organizaciones, institutos o individuos pueden ofrecer un vertido informativo profesionalizado. Los gabinetes de información cuestan dinero y cuanto más dinero, mejor dotado, en recursos humanos y en tecnología. Es obvio. Por eso, sólo pueden surtir información organizada las entidades con mayor poder económico. (Pablos Coello, J. M. de y Mateos Martín, C., 2004:346).

Las instituciones públicas configuran la principal fuente de información de cualquier medio de comunicación (...) y detrás de cada una de esas fuentes hay una serie de intereses. La verdad y toda la verdad, no la sabe nunca nadie. (...) los medios de comunicación intentan acercarse a ella pero reconocen que nunca están seguras de que lo que publican sea del todo cierto, en todo caso, lo más aproximado a la verdad que, a través del rigor y la honestidad han sido capaces (López, M., 1995: 93).

Mark Fishman (1983) sostiene que con el sistema actual de recogida de información, los periodistas están sosteniendo, muchas veces involuntariamente, los intereses del *status quo*. Sin embargo, si utilizasen otros procedimientos para nutrirse de información, se descubriría una realidad diferente a la actual que posiblemente pusiese en peligro las estructuras políticas dominantes.

Tuchman (1983) demuestra en su estudio que la mayoría de los medios informativos establecen redes de información que les condicionan a dar seguimiento rutinario a altos funcionarios públicos y corporativos al tomar de sus agendas las noticias y al dejar de lado otras notas y acontecimientos que podrían ser relevantes. En nombre de sus rutinas, los medios incluyen, jerarquizan y excluyen información.

Así la observación de las rutinas periodísticas nos lleva a determinar que los periodistas recurren de forma habitual a fuentes fijas que les proporcionan información oficial o institucional. Según Tuchman, “nuestras noticias, la producción informativa y los periódicos están atrapados en la misma red que ellos mismos tejieron para recopilar rutinaria y efectivamente sus noticias diarias” (Tuchman, 1983:187). Como ejemplo, Bezunartea (1988:150) cita a Lea Sigal cuando señala que de un análisis de 3000 noticias del Washington Post y del New York Times las dos terceras partes procedían de fuentes gubernamentales.

Gran parte de lo que conocemos sobre el funcionamiento de los organismos y empresas se origina en la información que proporcionan los profesionales de la

opinión pública que se constituyen como importantes fuentes informativas. Estos profesionales de la comunicación facilitan los esfuerzos de las organizaciones informativas por cubrir las noticias suministrando sustanciales cantidades de información organizada, frecuentemente bajo forma de notas de prensa redactadas en el estilo exacto de las noticias. (Breed en McCombs, 2004:197).

Un estudio del New York Times y del Washington Post, a lo largo de un periodo de veinte años, demuestra que el 50% de las noticias (17% notas de prensa y 32% ruedas de prensa y reuniones informativas) se basan sustancialmente en las fuentes de relaciones públicas, lo que subraya el papel crucial que las provisiones de información juegan en la construcción diaria de todas las agendas mediáticas. (Sigal en McCombs, 2004: 197-198).

Sin estas provisiones suministradas de manera rutinaria por los profesionales de las relaciones públicas del sector público y privado, la agenda mediática sería considerablemente distinta en alcance y contenido. Después de todo, el establecimiento de la agenda es una parte importante del trabajo de relaciones públicas. Además, la influencia de éstas en la agenda mediática es a veces mucho más que un simple aprovisionamiento de información que aumenta el trabajo rutinario de los periodistas. (Pavlik en McCombs, 2004:199).

En 1980 el *Glasgow University Media Group* demuestra en un estudio que “el lenguaje de las noticias expresa asociaciones sutilmente positivas y negativas con respecto a los protagonistas que se hallan involucrados en las noticias” (Van Dijk, 1990:29). Este autor va más allá planteando que, incluso la importancia de una noticia acerca de un hecho determinado, puede negociarse entre los responsables de las entidades periodísticas y las organizaciones objeto de las informaciones. (Van Dijk, 1990).

La mayoría de las veces se utilizan y citan fuentes poderosas y creíbles, especialmente políticos destacados, agencias estatales y municipales, y los representantes de grandes organizaciones (Van Dijk, 1990: 196). Por tanto podríamos deducir que los actores importantes en los textos fuente tienen mayores posibilidades de que se les cite literalmente al redactar la noticia.

El hecho de acudir a fuentes oficiales provoca en la audiencia la percepción de que esa fuente es una autoridad en la materia, aunque no lo sea. Que los medios consideren a las fuentes institucionales como las legitimadas, significa que incluyen en su temario una abrumadora mayoría de noticias que los tienen como origen. “La misión de los gabinetes de prensa debería ser la de facilitar la tarea al periodista y no sustituirla. Sin embargo, la observación de la práctica cotidiana confirma la enorme tendencia de los medios a aceptar como propias, y sin contrastar informaciones que, dado su origen, nunca son imparciales”. (Fontcuberta, 1993:141).

Este efecto de hacerse eco de los textos fuente es producto de la conveniencia. Se benefician las empresas de medios que recortan recursos para incrementar los ingresos económicos, sin tener en cuenta la calidad del producto que ofrecen a sus audiencias. Mientras que la obtención de información es cara, la opinión es barata y una manera de reducir los costes de la producción informativa es recurrir a la rutina con la recepción de mensajes enviadas por las

fuentes interesadas. Hacer un periódico desde la redacción, con lo que llega de agencias y de gabinetes de prensa e ilustrando con fotos es más rentable que la investigación que necesita tiempo, requiere periodistas cualificados, produce menos cantidad de texto publicable y puede generar problemas.

También los propios periodistas se dejan llevar por la comodidad que supone copiar literal y reiteradamente los textos-fuente institucionales, estableciendo unas rutinas burocratizadas fruto de la dejadez o la falta de razonamiento crítico que suponen un peligro para la producción del temario periodístico. La actividad periodística está sujeta a la habituación. Se basa en la constatación de que todo acto que se repite con frecuencia crea una pauta, que, luego, puede reproducirse con economía de esfuerzos y que, de manera inmediata, es aprehendida como patrón por el que la ejercita. Al crear un paradigma con el cual operar ante contextos semejantes, la habituación comporta la ventaja psicológica de restringir las alternativas a tomar. Además, las tipificaciones y las rutinas periodísticas son hechos dinámicos y parten de una constante praxis negociadora entre los actores que participan en su puesta en práctica (Casero, A., 2008).

Sin embargo, la mayoría de “los profesionales del periodismo están capacitados para afrontar el reto de hacer un buen periodismo, o sea, para hacer periodismo y no convertirse en correas de transmisión mediáticas de las entidades de todo tipo convertidas en fuentes interesadas de material periodístico” (Pablos Coello, J. M. de y Mateos Martín, C., 2004).

Porque, por supuesto, esta situación favorece a las instituciones que con este sistema incluyen en la agenda mediática aquellas posiciones que les son favorables para sus intereses, imagen y reputación corporativa.

Si aceptamos la metáfora propuesta por Mariano Cebrián “Vivimos en un iceberg informativo” ahora podríamos decir que el iceberg se hunde. Según Cebrián, hay una información oculta y una información flotante, una información no sale a la luz porque no tiene interés, quizá, pero, sobre todo, porque los que la tienen no quieren que se difunda. Sólo conocemos la pequeña parte que logramos hacer emerger. Pero si los periódicos se plagan ahora de informaciones dadas por los que la tienen, resulta que de la información oculta seguimos sin saber nada y, además, tenemos a los redactores ocupadísimos re-escribiendo y copiando la información ya desvelada por otros. Cada vez hay más masa de iceberg sumergida. (Mariano Cebrián en Pablos Coello, J. M. de y Mateos Martín, C., 2004:353).

Generalmente los gabinetes de prensa tienden a tratar de ocultar los temas controvertidos y se dedican a difundir noticias que no interesan a nadie y que podría considerarse incluso propagandistas. “Porque los gabinetes de comunicación e imagen no sólo actúan a la defensiva, sino todo lo contrario. En ocasiones, generan campañas de información pensando que cuanto más material positivo consigan introducir en el temario informativo de los medios, menos espacio habrá en ellos para publicar hechos negativos sobre ellos”. (López, M., 1995:39).

Así lo reconocen los propios profesionales de la información. Hay cuatro temas que constituyen las principales quejas que los periodistas manifiestan sobre las notas de prensa enviadas por

empresas e instituciones, y todas ellas están relacionadas con el modo en que se presenta el contenido: no están redactadas con mentalidad periodística, son muy publicitarias, no incluyen suficiente información y tienen mucha “paja”. Para los periodistas de prensa, en general, las notas de prensa son “largas, repetitivas o generalistas”, no se envían a la persona o medio adecuado, tienen escaso interés para el periodista, les falta objetividad o credibilidad y llegan a destiempo. (Mariñas, J.A., 2007).

La agenda de los medios no se puede tomar únicamente como variable independiente respecto a las otras agendas; la dirección de la agenda de medios no siempre lleva a la agenda pública, sino que, a veces, la agenda pública es la que se introduce en la de los medios con el fin de ingresar en la agenda política. El trabajo de los gabinetes de comunicación en empresas y asociaciones, por ejemplo, trata de instalar sus temas en los medios para ser escuchados por los políticos.

Las notas de prensa y los sitios web empresariales son fuentes fundamentales de la información. Desde los informes rutinarios hasta el rendimiento económico de las corporaciones, pasando por los grandes cambios en la estrategia de las empresas. La agenda de las noticias empresariales se ha convertido en un aspecto importante del papel de la comunicación de masas como fijadora de la agenda.

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada por Demométrica y Estudio de Comunicación entre profesionales del periodismo con puestos de responsabilidad en las redacciones de los medios de comunicación en 2005, los periodistas de prensa escrita reciben una media de 60 notas de prensa cada día de las cuales son utilizables el 18%. Este volumen provoca que aproximadamente la mitad de los profesionales de prensa y agencias entrevistados manifiesten que no tienen tiempo suficiente para analizar las notas que reciben de empresas e instituciones, ya que ellos mismos estiman que son necesarias una media de 8 horas para trabajar con rigor en una noticia. (Mariñas, J.A., 2007).

El canal más habitual y adecuado por el que un medio recibe noticias de empresas e instituciones es el “correo electrónico”, según un 95% de los entrevistados. Sin embargo, para el 49,1% el mecanismo más creíble es la entrevista personal, para el 22,7% la rueda de prensa, para el 13,6% la conversación telefónica y para el 6,4% las notas de prensa. (Mariñas, J.A., 2007).

Otero y López (2012) analizan la estadística como base del periodismo iconográfico y llegan a la conclusión de que las instituciones, públicas y privadas, que manejan informes, estudios, investigaciones de asuntos sociales, políticos, culturales y económicos son sus principales fuentes, siendo las entidades públicas las que dominan la aportación de datos. El poder político y sus organismos son un elemento sustancial de los gráficos. También es relevante la expresión *elaboración propia* que tanto puede ocultar la fuente como la ausencia de ella.

Concretamente en el caso de la información sobre temas de salud pública hay un reflejo de las provisiones de información suministradas por los científicos y otras fuentes informativas de expertos.

Reese sostiene que el *Framing* no tiene que ver con la selección de realidades ni de lo que aparece con más frecuencia en los medios. El *Framing* estructura el conocimiento social y este conocimiento está sujeto a determinados intereses, pues sólo algunos se constituyen como fuentes para los informadores. (Sádaba, 2006:95).

Sádaba (2006:98) considera que aunque es cierto que los *frames* plasman la congruencia compartida de los significados dominantes, su elaboración no se limita a las relaciones de poder, porque los periodistas en ocasiones recurren a fuentes diferentes a las establecidas como auténticas por su medio y además en la producción de la noticia, aparte de los motivos ideológicos, influyen otros factores como la necesidad de cubrir un espacio determinado o de considerar qué publica la competencia.

Manuel López (1995) reflexiona acerca de las fuentes espontáneas que proceden de sectores de la sociedad que entran en conflicto con grandes corporaciones que constituyen el poder. Carecen de gabinetes de comunicación estables e ignoran cómo acceder a los periodistas y cuando lo hacen, se expresan confusamente. Contrarrestan la estrategia de los poderosos y sus opiniones responden a los intereses y preocupaciones de muchos ciudadanos. Sin embargo, suelen recibir menor atención, menos relevancia y tienen muchas posibilidades de que se les suprima.

Según diversos estudios, la fuente citada con mayor porcentaje es la categoría de *otros mass media*. Como explica la socióloga Gaye Tuchman (1983:36), y aún hoy, los principales redactores de los periódicos de la mañana reciben una copia del diario de la competencia para comprobar si se han olvidado alguna noticia importante. Evidentemente, el sistema de los *mass media* se autorrealimenta. Los distintos medios se proporcionan información entre sí, citándose como fuente de información. Esta autorreferencialidad puede provocar el efecto “bola de nieve”, que hace que la información dada por un medio se propague rápidamente a los demás medios, a veces sin las necesarias verificaciones. Esta autorreferencialidad crea una cierta homogeneidad en los acontecimientos publicados.

“Warren Breed conceptualizó la difusión de una noticia a partir de un medio informativo clave a una multitud de otros medios como una influencia dendrítica. Esta influencia también se da en periodistas en tanto que individuos”. (Breed en McCombs, 2004:216).

El papel de los medios de comunicación de elite para iniciar una amplia cobertura de los asuntos informativos y la influencia de los periodistas clave para encuadrar las noticias son ejemplos espectaculares de la fijación de agenda ente los medios. Pero también lo es cuando empresas informativas de carácter local construyen su agenda diaria a partir de los teletipos que les hacen llegar las agencias de noticias (McCombs, 2004:218).

Fusionar las agendas de varios canales informativos para crear una agenda compuesta es algo habitual en las investigaciones sobre el papel de los medios como fijadores de la agenda, debido al alto grado de homogeneidad que hay entre sus diferentes agendas. En el lenguaje de la metodología de la investigación, esas altas intercorrelaciones entre las agendas de los medios informativos pueden ser consideradas como una medida

de fiabilidad: el alto grado de concordancia entre observadores independientes que están aplicando las mismas reglas de observación. (McCombs, 2004:222).

Los propios periodistas consideran que la mayor parte de la información (64%) sobre empresas e instituciones es compartida con otros medios y el resto (36%) se elabora en exclusiva. (Mariñas, J.A., 2007).

“Hay veces en que la fijación de la agenda entre los medios toma una forma muy distinta y los medios de entretenimiento establecen la agenda de los medios informativos”, por ejemplo con series médicas. (McCombs, 2004:224).

En temas científicos, también desempeñan importante papel de fijación de la agenda entre los medios, las publicaciones científicas, fuentes especializadas clave que son regularmente escudriñadas por los redactores y editores de las secciones temáticas de los medios.

Los periodistas validan su sentido de las noticias observando el trabajo de sus colegas. Los periódicos y canales de televisión locales toman nota de la agenda informativa que presentan sus competidores directos por la atención local. Estos canales de comunicación locales también toman nota de las agendas avanzadas por las empresas informativas de más prestigio. (McCombs, 2004:221).

El resultado de esta rutina de observaciones continuas, con la influencia entre los medios resultante, es una agenda informativa muy redundante. Al aplicar las normas y tradiciones del periodismo a la inmensa cantidad de hechos y situaciones que pueden observarse cada día, los periodistas, ayudados por sus observaciones de otros medios, construyen agendas sumamente similares. (McCombs, 2004:221-222).

La relación entre periodistas y fuentes informativas está condicionada por el tipo de acontecimiento. Es especialmente ilustrativo el modelo de casos excepcionales que propone Grossi. Se dan unos hechos primarios y como consecuencia de los mismos, en los siguientes días, aparecen acontecimientos colaterales que forman parte del mismo clima de opinión y que les van sustituyendo en el tratamiento que se hace del asunto. Se establecen como “fuentes vicarias”, en el sentido de que son acontecimientos que explican otros acontecimientos y que terminan por convertirse en las fuentes informativas de los periodistas con relación a los casos excepcionales. Grossi señala que el sujeto productor de los hechos secundarios con el valor de fuentes vicarias es el sistema político que tiene la capacidad de influir en la información mediante la producción de acontecimientos artificiales dotados de sentido y mediante una nueva definición de realidad. (Grossi, 1981:75).

Entonces, comprobamos que la mayor parte de la información utilizada para escribir un texto periodístico, proviene de mensajes emitidos en forma discursiva: reportajes, declaraciones, entrevistas, reuniones, conferencias de prensa, debates parlamentarios, juicios, documentaciones policiales, etc. Por tanto, en general, los redactores conocen los acontecimientos a través de los discursos ya codificados e interpretados por otros, a los que se denomina textos fuente. Destacan especialmente, los materiales de las agencias de prensa que

se utilizan considerablemente y que, con demasiada frecuencia, se copian casi textualmente cuando son seleccionadas.

Las entrevistas y las llamadas telefónicas tienen diferentes funciones, pero suele producir resúmenes más que reproducciones literales, a excepción de las opiniones y los comentarios que pueden citarse más o menos literalmente en la categoría de los comentarios de los sucesos corrientes. (Van Dijk, 1990:198).

Las estrategias que habitualmente se utilizan en la redacción para la elaboración de la noticia a partir de un texto fuente son:

- De selección, que pueden estar basados en la credibilidad o la autoridad de la fuente.
- De reproducción, cuyas principales condiciones para la reproducción literal son la falta de tiempo, la ausencia de otra información, la calidad periodística del texto fuente y la credibilidad de la fuente.
- De resumen, el cual es necesariamente subjetivo. Presupone decisiones personales y profesionales sobre qué información es la más relevante e importante y qué categorías totalizadoras deben elegirse. Es la estrategia principal para la reducción de la complejidad informativa.

La atribución es el modo en que los periodistas revelan que su información proviene de una fuente informativa. Pueden darse las siguientes circunstancias:

- Atribución directa: cuando el medio identifica a la fuente y cita la información que ha proporcionado.
- Atribución con reservas: no se cita explícitamente la fuente pero se la sitúa en un contexto y pueden citarse sus informaciones.
- Atribución de reserva obligada: el medio no menciona la fuente y cuenta con las informaciones como si fuesen propias.
- Atribución de reserva total: la noticia no se puede publicar ni se puede atribuir (*off the record*).

2.3.6. El fenómeno de la selectividad en la Prensa: la decisión de incluir o excluir temas

McCombs, (2004) manifiesta que, aunque hay muchos temas que compiten por la atención pública, los editores y directores informativos, con su actividad de selección de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Y es esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público, lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos.

Debido a que no existe capacidad ni para recoger información sobre todos estos hechos, ni para hablarle de ellos a la audiencia, los periodistas se basan en un conjunto tradicional de

normas profesionales, que los orientan en su muestrario diario del entorno. El resultado es que los medios informativos presentan una visión limitada de un entorno de mayor alcance. Méndez García de Paredes (2010) defiende que el periodista no debe enfocar y ofrecer la información hacia sus posibles lectores con el propósito de alejarse de la realidad y hacer que éstos sólo vean la perspectiva que a él personal o empresarialmente le interesa.

Maxwell McCombs y Donald Shaw proponen la idea de que los medios, a través del proceso de selección de noticias, determinan las materias sobre las que el público piensa y habla, lo que denominan *Agenda setting* (McCombs y Shaw en Saura, 2006: 66).

Igartua y Humanes (2004b) destacan que un aspecto central desde la perspectiva de la *Agenda setting* es conocer qué acontecimientos son considerados lo suficientemente interesantes, significativos o relevantes para ser transformados en noticias. Este es el fenómeno de la “selectividad” por parte del emisor hacia ciertos temas o cuestiones que constituirán la agenda de los medios. Se da la paradoja de que esta función es necesaria debido a la sobreabundancia de información acerca de sucesos con posibilidad de aparecer en los medios y por tanto supone una valoración que lleva inherente un fundamento ideológico, porque los medios de comunicación no reflejan la realidad fielmente e influyen en el público indicando los asuntos a los que tienen que prestar más atención. La ideología se refleja tanto en lo que se selecciona como en lo que se omite.

Esto nos hace considerar que la noticia es subjetiva y se basa en las propias experiencias, actitudes y expectativas del que selecciona los contenidos. Incluso los propios periodistas, en muchos casos, son conscientes de su propia subjetividad pero intentan lograr la objetividad propia del valor periodístico justificándose con los métodos que utilizan para seleccionar las noticias, sin reconocer la subjetividad de estas prácticas, ya que son inherentes al individuo por su contexto, afiliación y vida personal. (Frankenberg y Lozano, 2010:181).

Un estudio de Weaver y Elliot llega a la conclusión de que dependiendo de los temas, existe una variación en el papel de filtro que se otorga a los medios. Así en los temas sociales y recreativos los medios establecen un filtro mayor que en los temas económicos. Esto sucede, según los investigadores, debido a una serie de rutinas profesionales que se aplican a las informaciones económicas, tales como la confianza en las fuentes oficiales, la ausencia de otras fuentes, la presión de tiempo sobre el periodista que tiene que escribir la noticia para el día siguiente, la norma de objetividad que lleva a dar voz a todas las fuentes o el valor periodístico que da prioridad al conflicto y a la controversia. (Weaver y Elliot en Sádaba, 2006:72-73).

Cuando una empresa o institución intenta transmitir una información, lo más relevante para el profesional (lo primero en que se fija, lo que llama más su atención) es la información que se transmite: un 59,1% cita este aspecto en primer lugar, por encima de la empresa o institución que la remite (un 25,9% cita esto en primer lugar), la persona que transmite la información (únicamente un 8,5% lo cita en primer lugar) o el contexto en el que se produce (5,9%). Puestos ante la disyuntiva del rigor y exactitud de la información frente a su carácter exclusivo, la gran mayoría de los periodistas optan por el rigor antes que por la exclusividad, por muy importante que ésta sea para el medio. (Mariñas J.A.; 2007).

Los denominados *gatekeepers* son los individuos o grupos que tienen el poder de decisión para pasar o bloquear una determinada información en la organización de un medio de comunicación en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos (Wolf en Igartua y Humanes, 2004). Igartua y Humanes (2004) especifican que el *gatekeeping* incluye todas las formas de control de la información que determinan la selección, codificación y formación de los mensajes así como la difusión, programación y exclusión de todo el mensaje o de sus componentes.

Por tanto y para rentabilizar el trabajo de las redacciones lo que los medios necesitan es “organizar un equipo de periodistas que sepa dónde hay buenas fuentes informativas, qué escenarios son los más adecuados para que surjan noticias y, al final, cuáles de los centenares de noticias van a ser las que aparezcan al día siguiente publicadas”. (López, 1995:17).

Los *gatekeepers* adquieren una especial relevancia en relación a la capacidad de iniciar y de establecer la agenda temática al realizar la selección de los temas y al establecer el grado de relevancia de los mismos. Determinan, también, cuál es el periodo de permanencia de un tema en los medios y destacan cuáles son los conflictos de mayor presencia pública.

Gaye Tuchman (1983) desarrolló el concepto de *gatekeeper* como origen de la producción de la noticia. Defiende que la información como constructora de la realidad social tiene su punto de partida en una amplia red informativa que alcanza dimensiones planetarias pero que se ejemplifica en las estructuras internas de las organizaciones emisoras. En ellas, los profesionales de la información se encuentran sometidos a un amplio sistema jerárquico que les otorga una determinada función en la recogida de la información y en la determinación de lo que será considerado como noticia, y del tipo de tratamiento de la información que dará lugar a la narración de los hechos en cuanto mediación simbólica.

“La noticiabilidad de los acontecimientos es una valoración asumida socialmente aunque no necesariamente compartida” (Rodrigo, M., 1993:108). “Que todos los individuos que toman parte en la comunicación de masas reconozcan las reglas institucionalizadas de la atención no significa que estén de acuerdo con ellas, que las justifiquen, etc. Pero lo que sí significa ciertamente es que entienden dichas reglas y seleccionan de acuerdo a ellas” (Böckelmann en Rodrigo, M., 1993:108).

Son los medios informativos los que producen “la realidad” en la sociedad actual. La prioridad de determinados valores, conforme a criterios de selección temática, puede explicar la jerarquización de las áreas de cobertura informativa que, en el caso de las secciones de sanidad, están atendidas por menor número de redactores que otras consideradas de mayor relevancia.

Las opciones bibliográficas para explicar por qué un hecho logra convertirse en noticia es casi infinito. El concepto de valor noticioso explica, en parte, por qué un evento se convierte en noticia mientras que otros quedan ocultos al ojo público. “Son valores pero también reglas prácticas de selección y de elaboración que se refieren a la validez o relevancia periodística de los acontecimientos y que comparten los profesionales de la información” (Abril en Igartua y Humanes, 2004b) e “indirectamente por el público de los medios informativos” (Atwood,

1970 en Van Dijk, 1990:174). “Proporcionan la base cognitiva para las decisiones sobre la selección, la atención, la comprensión, la representación, la evocación y los usos de la información periodística en general”. (Van Dijk, 1990:174).

Los criterios establecidos por diversos autores para efectuar la selección de noticias son:

- Novedad. Las noticias han de abordar acontecimientos desconocidos anteriormente por sus destinatarios. “Cognitivamente significa que el modelo desarrollado por un relato (noticioso) debe contener información que aún no se halle presente en los modelos actuales del lector. El resultado es la posible actualización de los modelos presentes.”(Van Dijk, 1990:175).
- Actualidad. Las noticias deben referirse a los acontecimientos más cercanos al momento de transmisión de la información. Las noticias periodísticas se basan en un acontecimiento reciente. Esta actualidad es un factor importante en la atención, el interés y la evocación tanto para los hechos como los textos.
- Consonancia, relevancia y proximidad local e ideológica. Las noticias tienen que de ser congruentes con las normas, valores y actitudes socialmente compartidos (consonancia), ya que es más sencillo comprender y aceptar aquello que es concordante con las actitudes de los periodistas y de los lectores. Sin embargo, los relatos disonantes pueden ser interesantes por apartarse de este consenso pero tendrán menos posibilidades de ser seleccionadas si no confirman nuestros esquemas negativos sobre esos hechos. Se dará preferencia a informaciones que sean significativas al lector (relevancia). El grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento, el impacto sobre la nación y el interés nacional, la cantidad de personas implicadas en el acontecimiento y la transcendencia del acontecimiento para el futuro, son factores que determinan la relevancia para la audiencia de una noticia. (Gans, Gunter y Wolf en Igartua y Humanes, 2004b). Por tanto, interesarse por grandes grupos de lectores es una limitación tanto cognitiva como social para la selección periodística. Aparte de otros muchos criterios que seleccionan las noticias sociales y políticas, los criterios de relevancia muestran cómo los acontecimientos y las decisiones pueden afectar a nuestras vidas (Van Dijk, 1990:177). Además, debe existir una proximidad local e ideológica de los acontecimientos noticiosos. Lo que los lectores desean leer es todo aquello que les afecta directamente y que tiene que ver con sus respectivas vidas cotidianas (Fontcuberta, M., 1993:43). La gente está interesada en conocer lo que ocurre en su entorno cercano, no sólo geográfico sino social o psicológico (Fontcuberta, M., 1993:45).
- Valor narrativo: las noticias son idóneas si están estructuradas narrativamente. El valor narrativo puede ser complementado con dos cualidades que le son próximas: el dramatismo y la espectacularidad (Bennett en Igartua y Humanes, 2004) que permiten que los lectores incorporen estos relatos a sus conversaciones cotidianas.

Es especialmente significativo para el objeto de esta tesis por el tema tratado, las crisis, el valor de desviación y negatividad. En cuanto que más negativas sean las consecuencias de un acontecimiento, más posibilidades tiene éste de llegar a ser noticia. Por esta razón, son noticiables los acontecimientos que constituyen y representan una infracción, una desviación,

una ruptura de la normalidad. Los hechos de carácter negativo activan y focalizan más la atención, ejercen un mayor impacto a la hora de formarse o emitir un juicio, provocan una mayor actividad de búsqueda de explicaciones, impulsan una mayor reflexión y, en general, tienen un mayor impacto en comparación con una información positiva del mismo grado de intensidad. También se ha observado que la memorización de las noticias de valencia negativa es mayor que el recuerdo de la información contenida en noticias de carácter positivo.

Hay autores que consideran que conflicto y comunicación están siempre interrelacionados. Todo conflicto resulta de una falta de acuerdo que se expresa en palabras y acciones: se crea, se mantiene y se termina mediante un intercambio de mensajes. Los medios son uno de los canales más importantes que hacen posible ese intercambio y por tanto, el conflicto es la sustancia de la noticia. La mayor parte de las noticias se sitúan “en conflicto con”. A mayor número de conflictos, mayor número de noticias. El valor periodístico de una información está en correlación directa con su valor conflictivo. La explicación a la universalidad de este valor, se puede formular en términos psicológicos, sociológicos y cognitivos. Los modelos de los sucesos negativos están relacionados con el instinto de supervivencia, mediante el cual nos preparamos a través de la participación delegada en los demás para lo que “nos podría suceder”, proporcionándonos la íntima satisfacción de que “no nos ha sucedido”. Además proporciona información sobre la desviación, aplicando un consenso de normas y principios sociales que ayudan a definir al propio grupo. La negatividad requiere conformidad y positividad. Necesitamos modelos de resolución de problemas y restablecimiento de los fines, normas y valores compartidos por la sociedad. Se demandan “finales felices”.

“Por lo general, las personas recuerdan mejor el tipo de relatos negativos o espectaculares, características también de los relatos cotidianos y de ficción, y/o los que tienen mayor atracción emocional o relevancia cotidiana: la delincuencia callejera, los accidentes, los desastres, etc.” (Van Dijk en Noguera, 2006:205).

La aplicación de estos valores noticia va a suponer que se buscarán noticias novedosas, que puedan tratarse con brevedad, que relaten acontecimientos negativos y que tengan la capacidad de atraer la atención de la audiencia. En definitiva, todos los ingredientes que, para instituciones como los hospitales públicos de la Comunidad de Madrid, reúne una situación de crisis.

Un hecho será más noticiable cuando produzca mayor cantidad de consecuencias que a su vez serán noticia, mantendrá su permanencia en los medios de comunicación y tendrá más posibilidades de convertirse en tema conocido y tratado por el público. (Fontcuberta, M., 1993:41).

Galtung y Ruge (en Rodrigo, M., 1993:111) establecieron, desde la psicología de la percepción, los factores que deben satisfacer los acontecimientos para ser transformados en noticia e implica que hay temas capaces de captar la atención y por tanto determinan la selección de noticias. Estos son: frecuencia, umbral, ausencia de ambigüedad, significatividad, consonancia, imprevisibilidad, continuidad, composición, valores culturales.

Basta un análisis superficial de los contenidos informativos de cualquier medio actual para comprobar que es el *quién* (categoría del personaje) el que confiere, en muchísimas ocasiones, la noticia de categoría *al que*. Hay individuos que hagan lo que hagan son noticia, aunque no hagan nada. “Los medios de comunicación tematizan cada vez con mayor frecuencia aspectos colectivos de la vida privada que inciden directamente en la vida pública.” (Fontcuberta, M., 1993:5).

Entman concibe el *Framing* como una selección de la realidad: “Consiste en la selección de algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (Sádaba, 2006:89).

En este punto es importante “abordar el fenómeno de la *Agenda Cutting*, ignorado por McCombs en su obra de 2004 y que hace referencia a aquella parte de la realidad que no se recoge en los medios de comunicación”. (Ugarte, Menéndez, y Cuesta, 2009:86).

Concreta Canel, que el primer proceso de encuadre es el de selección de noticias. “De todas las informaciones que en el día llegan a una redacción, sólo unas caben, sólo unas son (o se hacen por la selección) más importantes que las otras”. (Canel, 1999: 105). En el proceso de selección de noticias siempre hay algo que queda fuera, y en la definición de enfoque, es esto, lo excluido, más importante que lo incluido” (Kahneman y Tversky en Canel, 1999:106).

“La ignorancia de una noticia es señal de cómo concibe el mundo un medio o también la idea más importante de una noticia puede no aparecer textualmente pero sí de modo insinuado”. (Sádaba, 2006:90). “La postura ideológica hace que unos periódicos encuentren noticiable lo que otros ignoran. En un mundo en el que los medios de comunicación establecen la agenda pública y dirigen el diálogo, aquellas cosas que los medios ignoran muy bien pudieran no existir”. (Leonardo Pitts en McCombs, 2004:223).

Según Borrat (1989), incluir asuntos en el temario del medio implica que éste considera que las informaciones incluidas son un conflicto políticamente importante. Por tanto, excluir significaría que lo que no se publica serían conflictos políticamente menos importantes o que puede ir contra los intereses del editor o propietario del medio.

En esta misma línea se expresa Van Dijk cuando dice que el sesgo ideológico de los periodistas se observa mejor al identificar los temas que suelen ignorar por no estar de acuerdo con sus visiones del mundo. Por tanto, la objetividad, tan valorada en el ideario del periodismo, no se cumple desde el momento que los reporteros cubren determinados eventos e ignoran otros y se seleccionan sólo ciertas noticias. “Los conflictos narrados y comentados en el discurso polifónico del periódico son sólo una parte reducida del conjunto de conflictos conocidos por el periódico” (Borrat, en López, 1995:45).

Walter Lippman (en McQuail, 1991:216) fue el primero en percibir la rutina en la selección de noticias a través de destacar tan sólo los hechos procedentes de centros donde sabemos que siempre surge la noticia, sin buscar el contrapeso informativo. Los hospitales son escenarios

habituales donde pueden surgir hechos noticiables, sucesos que pueden ser transformados en relatos informativos.

2.3.7. Los peligros de la selección de temas

McQuail (1991) señala que los medios de comunicación masiva determinan los efectos sobre la opinión pública al prestar atención a algunas noticias y silenciar otras. Y esto se produce porque “los individuos, a pesar de su libertad de elección en una democracia, tan sólo pueden optar entre las selecciones temáticas previamente establecidas por los medios de comunicación de masas”. (López, M., 1995:110).

Este establecimiento de la agenda temática conlleva el peligro de la parcialidad, sectarismo y subjetivismo. Estos tres aspectos son las consecuencias negativas de la operación periodística de recopilar-seleccionar-incluir-excluir-jerarquizar.

En la operación de establecer la agenda temática puede suceder que los periodistas “puedan inventar la realidad” (Martínez Albertos, 1989:234), cuestión bastante diferente a inventar noticias. Porque inventar la realidad puede hacerse a través de noticias veraces. Consiste en seleccionar sólo “aquellas” noticias veraces que interesan al medio. “Por tanto la agenda mediática puede desinformar e incluso manipular” (López, M., 1995:109-110).

Diversos autores, señalan que actualmente los medios de comunicación siguen políticas de establecimiento de agendas temáticas muy subjetivas ya que abusan de noticias proporcionadas por instituciones a las que sobrevaloran, acreditan (o desacreditan) personajes para que asuman el liderazgo ante la opinión pública, silencian ciertos temas considerados “tabú” e ignoran sectores sociales que nunca conseguirán un espacio a no ser que generen noticias categóricas.

Por ejemplo, no se han encontrado en esta investigación noticias publicadas en las páginas de los diarios españoles sobre algún caso de *mal trato* (que lo hay) que el personal sanitario dispensa a los *pacientes* en los hospitales y los casos de errores médicos sólo aparecen si las consecuencias son una minusvalía grave o el fallecimiento.

Según McQuail (1991), los medios de comunicación son conservadores ya que suelen actuar, incluso sin pretenderlo, confirmando los valores dominantes en una comunidad o país. Y lo hacen a través de una combinación de decisión personal e institucional, presión exterior y previsión de lo que espera y desea una audiencia grande y dispersa, heterogénea.

2.3.8. El fenómeno de la jerarquización en la Prensa

Pero no todo el material que supera esta fase de selección recibe el mismo trato informativo, ya que los acontecimientos seleccionados son jerarquizados, otorgándoles más o menos importancia respecto al resto de los hechos. Comporta ordenar, priorizar, destacar y relativizar. Los dos mecanismos para jerarquizar las noticias son la situación en las que se inserta y el

espacio o tiempo que se les dedica. Mediante la jerarquización se informa implícitamente a la audiencia acerca de la relevancia de la información.

El contenido de los medios está determinado por la demanda de información del público, el interés de un medio en dar a conocer determinados hechos y el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, de determinados hechos que sirven a sus intereses.

“Jerarquizar comporta decidir qué informaciones van a servir para atraer la atención del público y servirá para popularizar personajes, temas o conflictos” (López, 1995:48). Al hacer *Framing* se seleccionan elementos resaltables de un tema y se los relaciona con el contenido manifiesto de las noticias, con los criterios que la gente emplea para interpretarlas y con la visión del mundo que presentan los medios. (Amadeo, 2002).

Por tanto, tomando como punto de partida un mismo suceso, hay diferencias en la manera de difundirlo por parte de los diferentes periódicos y una de ellas es gradación de la importancia que el medio ofrece a la información. Esta, se determina en las reuniones editoriales, en las que se decide el qué, el cuándo y el cómo de la noticia. Cada periódico decide resaltar un aspecto diferente de la información. De esta manera, “la valoración de la actividad y hechos periodísticos que haga un medio va a definir su propia personalidad frente a los demás medios” (Fontcuberta, 1993: 7).

Sin embargo en otras ocasiones, “la coincidencia en dar relevancia a las mismas noticias viene determinada porque existe un código no escrito que comparten la mayoría de los periodistas compuesto por una percepción semejante de la realidad y por la similitud de las rutinas periodísticas” (Fontcuberta, 1993:57).

Las audiencias aprenden a adaptar como suyos los encuadres que perciben sobre las noticias que aparecen en los medios de comunicación. Esta elaboración cognitiva estaría relacionada con la propia labor de destacar unas noticias por encima de otras a las que se concede menor importancia, ofreciendo mayor cobertura, visibilidad y relevancia. Cuanto mayor es el énfasis de los medios sobre un tema, mayor es la importancia que los miembros de una audiencia le concederán. Por tanto interesa establecer la relación entre la agenda de los medios y la agenda pública. (Rodríguez y Castromil, 2010:195).

“Un modo de hacer *Framing* es atribuir relevancia a un tema, dar prioridad a unos elementos sobre otros y hacerlos más fáciles de recordar. Para atribuir una relevancia determinada a las noticias, los periodistas se valen de *frames* en el texto. Lo hacen, principalmente, por medio de la repetición de temas y de la ubicación en la cual presentan la noticia. (Amadeo, 2002:8).

Sádaba (2001) señala que los mecanismos informativos, como los titulares, los ladillos, las fotos, las citas y otras disposiciones gráficas del mensaje son útiles para destacar y enfocar los acontecimientos. Dependiendo de las declaraciones destacadas, la ubicación de la noticia, el lenguaje que se emplee, la información varía tanto que un mismo hecho o tema referido por dos diarios no se puede identificar como el mismo.

Entre los atributos hay diferencias intrínsecas. Algunos tienen más probabilidades que otros de ser regularmente incluidos en los mensajes. Y algunos tienen más probabilidades que otros de ser percibidos y recordados por la audiencia, independientemente de su frecuencia de aparición o de su posición dominante en el mensaje. En la interpretación de un mensaje, algunos atributos serán considerados más pertinentes que otros. Determinadas características de un objeto pueden lograr una resonancia entre el público de tal manera que se vuelvan argumentos especialmente convincentes para la relevancia del tema o asunto en cuestión. Por tanto, determinados atributos de un objeto funcionan como argumentos convincentes para su relevancia. Y argumentos convincentes son los encuadres, pues son maneras determinadas de organizar y estructurar la imagen de un objeto que disfrutan de éxito entre el público. (McCombs 2006:179).

Cuando un determinado atributo de un objeto queda enfatizado en la agenda mediática puede que haya un impacto directo en la relevancia que tiene ese objeto en el público. Determinadas maneras de describir un objeto pueden resultar más convincentes que otras para generar la relevancia de un objeto entre el público.

La relevancia de un objeto para el público no ha de explicarse únicamente por la frecuencia con que dicho objeto aparece en la agenda mediática, sino también en función de las clases de atributos adscritas a él por los medios, ya que los argumentos convincentes (efectos del atributo sobre la relevancia del objeto) son aspectos importantes del proceso de establecimiento de agenda. Esta es la principal razón por la que en este estudio se plantea la conveniencia de completar con un análisis cualitativo la investigación cuantitativa.

“Un encuadre es un atributo del objeto en cuestión ya que describe el objeto. Sin embargo no todos los atributos son encuadres. Si se define el encuadre como un punto de vista dominante del objeto, una descripción y caracterización dominantes del objeto, entonces un encuadre queda delimitado como un caso muy especial de los atributos”. (McCombs, 2006:173).

Los atributos concretos de un tema pueden resultar argumentos convincentes para determinados grupos sociales. Una manera determinada de encuadrar un asunto en los medios informativos puede dar como resultado consecuencias altamente estratificadas entre el público. Así, Álvarez López (2004) considera que un encuadre, si se convierte en marco de referencia para parte de la audiencia podría incitar a hacer valoraciones sobre los asuntos que en ocasiones darían lugar a estereotipos que cambiarían actitudes e incluso conductas.

Por tanto, los principales cambios en la opinión pública y en las políticas públicas suelen venir precedidos por cambios significativos en los aspectos relevantes de dichos temas entre el público.

Anderson precisa que (...) “se pueden llegar a modificar preferencias dependiendo del poder de influencia de cierta información conocida y del uso estratégico de los *frames* por parte de quienes emiten los mensajes: en uno u otro caso, los marcos conducirían a las posiciones que son compatibles con las predisposiciones subyacentes. La pregunta relevante es cuáles de

aquellas predisposiciones están en juego, y la respuesta es que esto depende de la combinación de los *frames* usados por las elites”. (Anderson en Álvarez López, I., 2004:77).

Los medios pueden dar un contexto a los temas tratados en sus contenidos y como consecuencia una interpretación intencionada. En el caso de la jerarquización, lo importante son los matices, calificaciones, valoraciones y opiniones sobre el tema o la persona. “Hay un vínculo fundamental entre la relevancia de los objetos en los medios de difusión masiva y la formación de las opiniones en la audiencia”. (McCombs, 2004:243). “También hay un vínculo entre la comunicación de masas y la conducta de evitación de riesgos (McCombs, 2004: 245). La agenda mediática hace mucho más que influir en las imágenes que tenemos en la cabeza. Muchas veces, los medios de comunicación influyen en nuestras actitudes, opiniones y conductas”.

“Además, las reinterpretaciones de las agendas a través de redes interpersonales y sociales también influyen en la importancia que confieren los grupos sociales a determinado asunto, así como la experiencia individual y cultural de la que hablaba Gamson, aspectos que resultan indispensables para el análisis del *Framing*”. (Sádaba, 2006:69-70).

La determinación de la modalidad de noticia, en función de la categorización que establece Sheehan en 1972, también nos ofrece una pauta de la jerarquización de las informaciones que publica un periódico. Así, podemos clasificarlas en:

- Noticias de sumario: Hay informaciones que incluyen varios sujetos porque cada uno de ellos por separado no merece la extensión de una noticia. Son las que informan sobre diferentes temas que provienen de una única fuente informativa.
- Noticias cronológica.
- Noticias de situación: No son de estricta actualidad sino que tienen una presencia constante en la sociedad. Son noticias en sí mismas al margen de múltiples hechos que continuamente certifican su permanencia. Prevención y denuncia. Gran dosis de información contextualizada. A menudo emplea la forma de informe, combinando el estilo informativo con el de narración.
- Noticias complementarias: Es el que completa a otra noticia principal. Suele colocarse muy cerca de la noticia a la que complementa. Explica anécdotas, testimonios directos, cronologías. Pretende dar los diferentes ángulos de un acontecimiento.
- Noticia espacial: Un acontecimiento se desarrolla simultáneamente en distintos lugares geográficos.
- Noticias de interés humano: Apela a la emotividad del lector.
- Noticia directa: Tiene como objeto informar.
- Noticia de creación.

2.4. El contenido de las noticias. Análisis del discurso mediático

El análisis de contenido de la noticia, nos dará la pauta para conocer la relevancia que se le da a la misma por parte de quienes la elaboran para lograr unos efectos determinados en las audiencias. Martínez Albertos (1983:187) indica que “los sistemas de signos de la prensa escrita están constituidos por dos códigos fundamentales: el código lingüístico y el código icónico. Por lo tanto para conocer el grado de importancia que el medio ofrece a la información, tenemos que tenerlos en cuenta a ambos”.

“Respecto al código lingüístico, además de los cambios en la selección y la relevancia de los textos originales (textos fuente), la reformulación estilística y retórica es lo más efectivo para insertar opiniones personales o institucionales dentro del texto periodístico mientras se escribe sobre los mismos sucesos”. (Van Dijk, 1990:171). “Cualquier recurso lingüístico es válido si con él la noticia es mejor comprendida, leída con más atención o mejor recordada”. (Van Dijk en Noguera, 2006:204).

En cuanto al código icónico podríamos resaltar como factores de los que se sirve la prensa para transmitir, de manera explícita o implícita, la relevancia de un hecho noticiable los siguientes:

- La portada recoge lo más importante. Y esa importancia puede venir determinada por lo que interesa a los propios periodistas, por lo comercial que sea la información o por lo que pueda servir para orientar a la opinión pública.
- Análisis de los titulares. Una información con un bloque de titulación múltiple tiene más importancia que una información sin el bloque.
- Número de líneas y columnas. Se le otorga mayor importancia cuantas más líneas y columnas ocupa. Por tanto, el cuerpo de la noticia será mayor cuanto más importante sea considerada la noticia por el periódico.
- Clase de letra. Puede ser fina, seminegra, negra o supernegra. La mayúscula significa mayor relevancia que la minúscula.
- Localización. Lo que se sitúa en página impar y en la parte superior tiene mayor repercusión que lo que se sitúa abajo en una página par. El lugar implica una valoración y una forma de opinar.
- Los textos periodísticos con elementos iconográficos tienen más importancia que los que no lo llevan.

2.4.1. Disposición estructural de la noticia. El *lead* y el cuerpo

En cuanto a la composición formal, la noticia consta del cuerpo del texto y el *lead*, párrafo inicial separado topográficamente del resto. Este tiene finalidad informativa y de atracción visual. La relación que se establece entre el titular y el resto de la noticia es catafórica y en él se anticipan datos que después se repiten en el cuerpo de la información. (Escribano, A. 2008:15).

Fontcuberta (1993) explica que la parte principal de un titular es el título o cabeza, que es la que cuenta la noticia; el antetítulo y el subtítulo son elementos complementarios y explican los motivos u otros datos sustanciales de la información.

“El titular contiene los elementos noticiosos fundamentales, por ello Alcoba Rueda manifiesta que funciona lingüísticamente como comunicación independiente y su información es lo bastante orientadora para que el lector pueda abstenerse de la lectura de la noticia”. (Alcoba Rueda en Escribano, A. 2008:14).

Además, el *lead* debe dar respuesta a las cinco W y una H: quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué (*who, what, when, where, why, how*). Según algunos autores, (Grijelmo, 1997:30), a todos estos elementos informativos, habría que añadir, “según quién”, es decir, la fuente de la que proceden los datos.

“Los titulares que corresponden a textos narrativos se redactan con una frase verbal, aunque el verbo puede estar implícito, mientras que los que corresponden a textos de carácter argumentativo suelen carecer de verbo y de ordinario constan de muchas menos palabras, pues no intentan resumir la noticia. Casi siempre son titulares de carácter temático” (Sánchez, F., 1990 en Fontcuberta, M., 1993:119).

Núñez Ladevèze propuso una clasificación de los titulares que tiene en cuenta criterios elementales acerca de qué es y cómo se delimita el contenido informativo. Según su tipificación pueden ser:

- Títulos expresivos: No aportan información sobre los hechos sino que evocan algo que se presupone conocido. Gramaticalmente son palabras sueltas decoradas con signos ortográficos.
- Títulos apelativos: Utilizan en lenguaje para llamar la atención sobre un hecho cuyo conocimiento no se presupone pero del que se informa.
- Títulos temáticos o simplificadores: Enuncian únicamente el tema de la información y no permiten identificar la noticia. Suelen utilizarse en artículos y editoriales.
- Títulos informativos: Explican el sujeto de la acción, la acción misma y sus circunstancias. Además la singularizan y la relacionan contextualmente con el devenir informativo de las noticias de actualidad. Pueden ser estáticos (describen efectos de la acción o se centran en los resultados de la acción de la que se informa. Se basan en el participio del verbo elidido) y dinámicos (se refieren principalmente a la acción. Suelen llevar verbos en presente o futuro). (Núñez Ladevèze en Fontcuberta, M., 1993:123-124).

Los titulares con el verbo en presente expresan la pretensión de la prensa de construir el presente para dar mayor sensación de actualidad. “En la titulación el periodista debe plantearse tres preguntas: ¿qué es noticia en este texto? ¿qué es lo que la diferencia de otras noticias? Y ¿qué es lo que más va a interesar al receptor?” (Fontcuberta, M., 1993:126-127).

La disposición estructural más frecuente de la noticia es la pirámide invertida. El texto se organiza en párrafos que van jerarquizando la información. Estas secuencias no aparecen aisladas, sino que entre ellas se establecen relaciones de coherencia y cohesión para conseguir la unidad final del texto que permite al lector la comprensión de su contenido.

La coherencia es la propiedad inherente a los textos que se manifiesta en la relación significativa entre sus partes. Deriva de la necesidad de facilitar la comprensión de la información al receptor. Se manifiesta en las relaciones temáticas que mantienen las ideas expresadas en cada uno de los componentes de la noticia.

“La cohesión es la manifestación lingüística de la coherencia. Los procedimientos cohesivos más frecuentes son por yuxtaposición, repeticiones exactas o parciales, reiteraciones sinonímicas o cuasi sinonímicas, especificaciones, elipsis, etc. Así, cuando sobre todo por razones espaciales se recurre al párrafo partido es necesario el uso de lo que se denominan palabras de transición y palabras llave” (Fontcuberta, 1993:81).

Resulta ilustrativo determinar el tipo de noticia en cuanto a las ideas que se desarrollan en las mismas. Para ello podemos guiarnos por la clasificación que establece Mencher (1983:201) en cuanto a:

- Noticias simples: Sólo tienen una idea básica (idea A), contenida en el *lead*. El cuerpo, constituye el elemento explicativo (elaboración de idea A). Puede contener material secundario e información contextual (*background*). Esta será diacrónica si explica la sucesión de hechos anteriores a la noticia relacionados con ella y sincrónica si explica circunstancias geográficas, políticas, sociales, etc. en las que se produce la noticia.
- Noticias múltiples: Son las que tienen más de una idea básica en su *lead*. La estructura que desarrolla es muy similar a la simple pero la complejidad reside en la relación que mantienen los diferentes párrafos del cuerpo de la noticia entre sí. Aunque cada una de estas ideas tiene su propio desarrollo estructurado a lo largo del cuerpo, tiene que relacionarse con el de las demás, de manera que las diversas ideas básicas contenidas en el *lead* tengan una estructura y una comprensión comunes que ayuden a un mejor entendimiento de la noticia.

2.4.2. La sintaxis como herramienta que determina la relevancia

En los textos periodísticos, la construcción sintáctica tiene gran importancia desde un punto de vista informativo, ya que a través de ella, el emisor destaca determinados elementos frente a otros.

Como consecuencia, debemos prestar una creciente atención al lenguaje de las noticias. “La misma sintaxis de las oraciones en las noticias puede expresar o disimular al agente principal de los actos positivos o negativos” (Van Dijk, 1990:31).

“El español es una lengua que se caracteriza por su enorme libertad en el orden de colocación de sus elementos. Cuando se redacta un texto se puede escoger la secuencia de aparición de sus partes con criterios distintos de los puramente sintácticos. Este orden sintáctico en los textos periodísticos, se revela como otro de los mecanismos de toma de postura del periódico ante determinados temas”. (Escribano, A., 2008:18). Por tanto, “la elección de la disposición de los términos no siempre es inocente” (Romero en Escribano, A., 2008:19).

Hay que tener en cuenta la importancia de la composición oracional en la posible interpretación del texto por parte del lector. Así, la “quinta norma” que cita el profesor Martínez Albertos (1989:155) en lo que él considera normas básicas del comportamiento profesional del periodista es:

El periodista que redacta un relato noticioso debe organizar el texto de acuerdo con aquella particular secuencia de párrafos de la que se deduzca fácilmente la importancia relativa de los diferentes hechos que forman parte del relato. La utilización de uno u otro orden en la cadena secuencial de los datos indica precisamente el diferente relieve dado a cada uno de los ingredientes de la noticia. Y es en este campo donde se hace más delicado el equilibrio entre la disposición de intencionalidad, que debe presidir la elaboración del mensaje periodístico, y la servidumbre de cada persona respecto a sus prejuicios culturales e ideológicos.

Según Martínez Albertos (1983:305-306) la noticia debería reunir las siguientes peculiaridades lingüísticas:

- Palabras llanas y simples, en giros directos. Forma activa de los verbos. Sin interrogaciones como figura retórica.
- Acortar las frases.
- Términos adecuados y exactos, términos científicos y técnicos, siempre que sean de uso habitual en niveles cultos no particularmente especializados.
- Colorido y dinamismo en la narración.
- Referencia directa y personal del hecho, siempre que sea posible.
- No puede ignorar el estilo literario e ideológico del periódico para el que escribe.
- No puede temer o ignorar el argot oculto de la actividad a la que se refiere su relato informativo.
- No puede repetir los tópicos, clichés y frases manidas.
- No puede inventar o deformar noticias.
- No puede expresar opiniones editoriales en su trabajo informativo

2.4.3. El recurso morfológico en el lenguaje de la noticia

Sábada señala la importancia del lenguaje para determinar un encuadre u otro. “...según el lenguaje utilizado, la información varía tanto de un medio a otro que, en casos extremos, no

se puede identificar el mismo acontecimiento bajo dos rúbricas que, en principio, tratan el mismo tema”. (Sábada en Noguera, 2006:201).

El vocabulario indica cuales son los significados más frecuentemente utilizados por la prensa, que dirige la mente de los ciudadanos hacia una serie de temas considerados los de mayor relevancia social. Se puede observar como la selección que el periodista realiza de un determinado sustantivo no sólo implica la alusión a una realidad sino que también expresa su perspectiva y su enfoque. La elección de las palabras refleja el tono del texto, define el papel que se exige del lector e incluso, la ideología del diario en que se publican. (Escribano, A., 2008:22).

“El rótulo verbal incide en la percepción de las cosas en uno u otro marco de referencia. Con mucha frecuencia son presentados los objetos o acontecimientos con el acompañamiento de palabras calificativas favorables o desfavorables, con lo que las cosas, personas o situaciones son enfocadas de acuerdo con el marco de referencia asociado con el título adjudicado”. (Buceta Facorro en Noguera, 2006:201).

El profesor Ángel López García afirma que “el adjetivo y el adverbio suponen una intercesión subjetiva del punto de vista del periodista, en tanto el sustantivo y el verbo dan una impresión de mayor objetividad” (1996:73). Por tanto, “la mayoría de los libros de estilo de los diarios recomiendan que no se utilicen adjetivos y adverbios pero la realidad es que, a pesar de ser empleados en textos informativos, con ellos se introduce un juicio u opinión implícitos, respondiendo a la necesidad del redactor de dar su punto de vista sin que sea demasiado evidente”. (Escribano, A.; 2008:26).

Buceta Facorro (1992) se expresa en términos de “palabras calificativas favorables o desfavorables...” en vez de utilizar “adjetivos favorables o desfavorables”. El matiz es clave ya que incide en la idea del carácter “heterogéneo” de la connotación pues esta no radica simplemente en la presencia o no de adjetivos sino en la elección de cada una de las palabras que conforman el texto y por tanto en la construcción final del mismo”. (Noguera, 2006:201).

Perelman reconoce que el encuentro entre varias argumentaciones sobre un mismo asunto tiene como fin último imponer algunas y descartar otras. Habla de que los argumentos se basan en interpretaciones. También destaca la importancia que tiene aquello que es conocido tal cual y el uso de conceptos comunes para identificar los hechos. “La disposición de los datos con miras a la argumentación consiste no sólo en su interpretación, en la significación que se les da, sino también en la presentación de ciertos aspectos de estos datos, gracias a los acuerdos subyacentes en el lenguaje que se emplea” (Perelman en Álvarez López, I., 2004:83).

Asimismo, este autor sostiene que la selección y presentación de ciertos aspectos de un dato tienen que ver con el epíteto, el cual resulta de la selección visible de la cualidad que se antepone y que debe contemplar nuestro conocimiento del objeto...sólo la elección de estos hechos aparecerá como tendenciosa. (Perelman en Álvarez López, I., 2004:84). El epíteto es un adjetivo o participio cuyo fin no es determinar o especificar el nombre, sino caracterizarlo.

En cuanto al verbo, el presente de indicativo expone la realidad como si estuviese sucediendo mientras se lee, facilitando al receptor la sensación de actualidad. Suele utilizarse en los titulares de las noticias. Sin embargo, en el cuerpo de la noticia suele existir un claro predominio del tiempo pasado, que coincide con el desarrollo real de los sucesos.

2.4.4. Contenido pragmático del texto periodístico: intencionalidad

“Según Nelson y otros, la función de los *frames* en el texto es la de organizar la presentación de los hechos y la opinión acerca del tema que se está tratando”. (Amadeo, B., 2002:6).

Entman defiende que un *frame* puede desempeñar cuatro funciones: definir un problema, identificar sus causas, emitir juicios morales y sugerir soluciones. No se trata por tanto de cuatro *frames*, sino de cuatro funciones de un mismo *frame*. Se diferencian las funciones para un mejor análisis, pero conviene no perder de vista la unidad del *frame* porque en muchas ocasiones no puede hacerse una separación entre la función que cumple como causa, diagnóstico, evaluación moral o soluciones. (Entman en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:445).

“También debe recordarse que Entman destaca dos funciones por encima de las demás, el eje diagnóstico del problema, ya que esta suele indicar cómo es el resto categorías de un encuadre (definir el problema determinará el resto del enfoque) y las soluciones (en la medida en que promueve apoyo u oposición al actor principal de la noticia), que deben ser coherentes entre sí para que el *frame* sea congruente, tenga lógica interna, y por tanto mayor potencia”. (Entman en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:445).

Entman añade como factor importante, la asociación de los temas a símbolos culturalmente familiares. “Por pertenecer a una sociedad determinada, el periodista comparte su memoria y sus esquemas, entiende la lógica del receptor. Le resulta sencillo relacionar los acontecimientos con hechos o símbolos compartidos por todos haciéndolos más comprensibles y recordables”. (Entman en Amadeo, 2002:8).

“Gamson no comparte la visión del *Framing* que habla de selección y contenidos manifiestos y se acerca a un concepto más abierto en el que se destaca que gracias a estos *frames* periodísticos los hechos toman sentido. Sugiere que cuando se analizan las noticias teniendo en cuenta los marcos, hay que incorporar la intención del remitente del mensaje. La intencionalidad resulta un aspecto de máximo interés puesto que remite a algo externo al propio texto noticioso, ilumina el modo en el que se expresan el conocimiento y el lenguaje en la noticia y explora los distintos remitentes que aparecen en la mayoría de las noticias tales como políticos, ciudadanos, periodistas, etc.”. (Gamson en Sádaba, 2006:145).

“El término marco se usa para referirse a los mensajes que definen las intenciones de comunicación en el mismo sentido en el que el marco de un cuadro delimita el cuadro que está dentro de él y permite distinguir el cuadro de la pared que lo rodea. De esta forma, la experiencia está sujeta a (re)organización y (re)enmarcamiento de acuerdo con diferentes

intereses y puntos de vista, y esto puede crear trastornos en nuestra percepción de “lo que sucede””. (Rivas en Álvarez López, I., 2004:10).

“El estilo ayuda a que lo intencionado parezca casual, esta es una condición idónea para el periodista que sabe que debe “informar emocionando”, y que es mejor si lo hace “diciendo” las informaciones y “sugiriendo” las emociones. A partir de ahí las posibilidades son tan extensas como el dominio del lenguaje permita a cada uno”. (Noguera, 2006: 205).

Goffman identifica dos clases de fabricaciones dentro de los marcos sociales, unas que llama benignas y otras explotadoras. Las benignas se refieren a fabricaciones que abiertamente tienen como fin divertir o distraer, como bromas, cuentos, o películas, en donde se inventan o distorsionan los hechos con el fin de entretener. Las explotadoras se refieren a un camuflaje que oculta intenciones de conveniencia y que desembocan en engaños e ilusiones, en manipulación. (Goffman en Álvarez López, I., 2004:18).

Para estudiar cualquier texto periodístico, hemos de acudir a los recursos que la pragmática ha aportado como método de análisis. Según indica Escribano (2008), en todo texto periodístico es posible encontrar tres tipos de información: la general, que comprende el conocimiento del mundo con sus características culturales y naturales; la contextual, que abarca todos aquellos elementos que se derivan de las expresiones lingüísticas precedentes a la interacción lingüística actual, y la situacional que incluye el conocimiento de aquellos aspectos que surgen de la interacción.

En todo mensaje se transmite parte de la información de forma explícita, y parte, de forma implícita. Para recuperar el mensaje periodístico en su totalidad, es decir, lo que el emisor comunica de forma manifiesta y también lo que comunica de forma encubierta, el lector tiene que realizar la tarea de interpretar a través de una serie de indicios, entre los que se halla la situación del periódico en una determinada línea ideológica que conoce de antemano. Sólo así se puede conseguir la comprensión profunda del mensaje. (Escribano, A, 2008:9).

“El receptor reconstruye el sentido total de la información a partir de una serie de convenciones y leyes que regulan socialmente la comunicación entre los individuos”. (Escribano, 2008:10).

Por tanto, el lector tiene un papel activo en el proceso de interpretación del mensaje periodístico, ya que su significado no le limita únicamente a su contenido semántico, sino también hay que considerar la intención con la que fue comunicado, es decir su contenido pragmático. “La tarea del destinatario consiste en intentar reconstruir en cada caso la intención comunicativa del emisor de acuerdo con los datos que le proporciona su información pragmática”. (Escandell Vidal, 1996:37).

Afirma Mar de Fontcuberta, (1993:93) que el estilo periodístico se caracteriza por los fines informativos que persigue, la transmisión de noticias, y las exigencias del destinatario o receptor.

Escribano (2008) concluye que, con demasiada frecuencia, la distancia entre la información y la opinión en los diarios no se establece en la oposición entre objetividad y subjetividad, sino entre la opinión implícita y la opinión manifiesta.

Todo mensaje inserto en un diario contiene –de manera tácita o paladina- una propuesta de sentido o valoración. Cuando un lector toma en sus manos un diario y se dispone a enterarse de qué es lo más notable que ha ocurrido en el mundo en la últimas veinticuatro horas, no sólo va recibiendo respuestas, conforme pasea sus ojos, sobre la importancia que debe otorgar a los distintos acontecimientos (lo que ya supone una valoración implícita de los hechos), sino que además se le va insinuando que esto o lo otro debe considerarse bueno o malo, normal o anormal, lógico o ilógico, aceptable o inaceptable, democrático o antidemocrático, progresista o retrógrado, beneficioso o perjudicial. Y, evidentemente, aquello que no se incluye en las páginas del diario es porque no posee transcendencia o interés (¿para quién?) suficientes. (Manuel Casado en Sánchez, J.F., 1990:464).

Doris Graber señala que cuando los periodistas seleccionan contenido y lo enmarcan están construyendo realidad para sus audiencias, particularmente cuando la historia concierne a asuntos no conocidos y no es fácil probar su precisión. Para esta autora, el *Framing* es un marco del contenido que por un lado hace accesible la noticia a la audiencia y por otro fabrica una realidad distinta. Este marco está relacionado con el modo en el que se expresa el mensaje, donde surgen significados latentes derivados de los símbolos y connotaciones que hay en él y de la experiencia de comunicadores y receptores del mensaje. Porque en la comunicación sería imposible el intercambio de contenidos sin esos significados compartidos. (Graber en Sádaba, 2006:144).

2.4.5. Las Implicaturas

Grice distingue entre lo que el emisor dice y lo que comunica. En cuanto al primer aspecto, se trata del significado literal de las palabras y lo que comunica es el contenido que se transmite de manera implícita, que este autor denomina “implicaturas”. (Grice en Escandell, 1996:78-90).

Las implicaturas convencionales están vinculadas al contenido de las palabras, como en el caso de las presuposiciones. El redactor da por supuesta determinada información, a través de los significados que aparecen en algunas expresiones de manera implícita. De esta manera el receptor está obligado a admitir determinados supuestos. Ducrot (en Lozano, Peña Marín y Abril, 1993:208), hace la siguiente clasificación:

- Presupuestos generales, son los que no tienen relación con la estructura de la frase. Tienen que ver con el mundo que comparten los hablantes y al cual se refieren los enunciados. Cuando el periodista informa, supone por parte del receptor el conocimiento del contexto de sucesos en el que se inscribe la noticia. Este supuesto evita que el periodista tenga que estar actualizando constantemente hechos y datos que supone perfectamente conocidos. Sin embargo, el periodista tiene que tener en

cuenta que no siempre es así, por lo que tiene que ofrecer algunas informaciones que para un lector informado le podrían parecer innecesarias.

- Presupuestos ilocutivos que obligan a que se den unas determinadas circunstancias en las que se puedan cumplir.
- Presupuestos de lengua que están ligados a la existencia de ciertas palabras. Pueden ser: existenciales, verbales, de construcción, adverbiales.

Las Implicaturas convencionales no presuposicionales se derivan del contenido de ciertas expresiones lingüísticas, que, a diferencia de las presuposiciones, son separables, es decir, la modificación de la expresión puede hacer desaparecer la implicatura. (Escribano, A., 2008:36).

Las implicaturas conversacionales se generan a través del contexto y se basan en nuestras expectativas de una conducta conversacional normal. Grice estima que es necesario el cumplimiento de cuatro máximas que garantizan una comunicación fluida y eficaz. Estas son de cantidad, cualidad, de relación y de manera. Los distanciadores son una violación de la máxima de relación, expresiones innecesarias con valor distanciador del periódico respecto al contenido (Grice en Escandell, 1996:78-90).

Sperber y Wilson consideran que las figuras retóricas son consecuencia de una búsqueda de relevancia. Pueden basarse en procedimientos fonéticos (las menos habituales en los textos informativos), morfológicos o semánticos (en Escandell, 1996:109-133).

Algunas de las implicaturas más habituales son:

Los *Metamorfemas* afectan al plano morfológico y no son muy frecuentes en los textos informativos. Suponen cierta ambigüedad en las expresiones. Destaca la enálage, cambio funcional de una parte del discurso por otra.

La *Metatáxis* es una violación de la máxima de manera. Como ejemplo, el hipérbaton, inversión de algunos elementos respecto al orden que normalmente presentan en la frase.

Los *Metasememas*, frecuentes en los textos informativos. Suponen una violación de todas las máximas. Los más habituales son:

- Sinonimia cuya razón de uso es encontrar palabras diferentes que signifiquen lo mismo para evitar la repetición. Por ello es habitual el uso de sinónimos parciales.
- Sinécdoque. Se trata de una figura semántica en la que se transfiere el significado de una palabra a otra, basándose en una relación de inclusión.
- Metonimia, consiste en designar una entidad con el nombre de otra con la que mantiene una relación de causa-efecto, continente-contenido.
- Metáfora que es el tropo de superior resultado estético y el más abundante en el lenguaje periodístico. Alex Grijelmo señala: “El periodista debe acudir a la metáfora cada vez que tenga la sensación de que ha escrito una frase vulgar, para sustituirla por una imagen literaria” (1997:329). Puede ser verbal, pura o aposicional.

Los *Metalogismos* son figuras retóricas de carácter lógico que pueden afectar tanto a la palabra como a la oración. Se produce una violación de la máxima de cantidad (hipérbole), de cualidad (ironía), de relación (paradoja) y de manera (lítote o tautología, figura lógica que consiste en presentar una proposición cuyo predicado no añade nada nuevo con respecto al tema, pero que sirve para dotar de fuerza a la expresión y que se resuelve por vía pragmática).

2.4.6. La representación del discurso: las citas de las declaraciones

Escribano (2007) describe que el acontecimiento generador de una noticia en muchas ocasiones está constituido por un hecho o por unas declaraciones de algún protagonista de la actualidad. Cada texto lleva implícito el punto de vista de quien lo realiza. La forma de transmisión de las declaraciones de los políticos en campaña electoral es un mecanismo que permite ofrecer al lector una imagen interesada de sus responsables, favoreciendo, en función del periódico donde se publique, su mejor o peor imagen.

Los periódicos tratan de influir ideológicamente en la construcción de las informaciones para reflejar un determinado punto de vista sobre la realidad. Una de las formas de subjetividad es el uso de las citas, ya que permiten introducir en el texto las intenciones junto a las palabras que se emplean. De esta manera se puede ofrecer una imagen más o menos positiva del portavoz y de la institución que representa en función de la ideología del medio. (Escribano, 2007).

Sin embargo, y dado que las convenciones del género periodístico informativo limitan las expresiones que manifiestan claramente la postura política del diario, el lenguaje en este tipo de textos se carga de connotaciones y referencias implícitas para sugerir una toma de postura ideológica de manera no evidente. Para ello, se valen de recursos como las dos teorías pragmáticas que destaca Escribano (2007):

- Teoría del acto de habla que permite verificar cómo el periódico escoge aquellos verbos que describen las declaraciones de manera más menos favorable, según la cercanía del portavoz a su línea ideológica.
- Teoría de la cortesía que permite comprobar cómo a través de las formas verbales seleccionadas por el redactor, se proyecta una imagen cortes o descortés de portavoz.

En toda noticia originada por las declaraciones de algún protagonista de la actualidad, las palabras objeto de la información son transformadas por el periodista mediante la reelaboración lingüística. El redactor puede optar por el discurso directo, respetando literalmente las declaraciones y su intervención estará condicionada por la selección de la palabra o frase, o por la estructura de cita indirecta, que resulta de la traslación de la expresión, centrándose en la forma verbal para valorar al responsable del acto verbal y que dificulta que el lector pueda rescatar la expresión literal original. (Escribano, 2007).

El discurso directo: Se trata de respetar las declaraciones literales, aunque el redactor con su selección, orienta y conduce la lectura del receptor hacia aquellos aspectos que al medio le interesa. Encubren bastante bien la subjetividad del periodista porque el lector sólo percibe

que en ellas se reproduce literalmente las palabras del emisor y no aprecia la mediación que supone haber seleccionado un fragmento del discurso en su totalidad. Según algunos autores (Fontcuberta, 1993:130) este tipo de citas producen una mayor sensación de contacto directo con los actores de la información, y por tanto, le resultan más fiables al lector.

La cita directa sin sujeto es característica de los titulares. En ella se reproducen literalmente las palabras del portavoz, lo que se manifiesta con el entrecomillado, sin que aparezca el sujeto responsable de las declaraciones. De esta manera consigue la atención del lector que, para conocer la identidad del sujeto responsable, tiene que continuar la lectura de la noticia. Es un claro exponente de la función fática del lenguaje, que pretende mantener el contacto con el receptor.

La cita directa bimembre también suele darse en los titulares y en ellos aparecen enfrentados gráficamente el responsable de la cita y sus declaraciones. A diferencia del caso anterior, permite conocer desde el primer vistazo al autor de las declaraciones. El periodista puede orientar su sentido final sacando el enunciado de su contexto.

Otra posibilidad para reproducir el texto es la cita directa con *verba dicendi*. El periodista opera seleccionando parte de las declaraciones pero las incorpora detrás de un verbo *de decir*. De esta manera, la responsabilidad de la expresión y con ella, la valoración, se atribuye al hablante citado. Con ello, el periodista pretende mantener la neutralidad informativa. Sin embargo, como argumenta Escribano (2008), aumenta la subjetividad ya que el texto citado literalmente se inserta en un discurso en estilo indirecto, en el que es difícil reconstruir de forma objetiva las declaraciones iniciales y separarlas de todos los matices que incorpora la elaboración del periodista.

En otras ocasiones la selección se realiza sólo sobre una palabra que es lo que D. Maingueneau denomina “palabra entrecomillada” (Maldonado, 1991:25). Con frecuencia los términos que se subrayan entre comillas están cargados de valoraciones, pero el lector no siempre puede distinguir si el periodista sólo tiene intención de citar o también de resaltar. Implica que la manera de intervención periodística se manifiesta en la focalización de la atención del lector sobre el párrafo seleccionado. El periodista opta por insertar la frase que considera más significativa, sacándola del contexto para construir el texto con ella. Este tipo de citas encubre la subjetividad del periodista, porque el receptor sólo percibe que se reproducen literalmente las palabras del emisor y no aprecia la mediación que supone haber seleccionado un fragmento de las declaraciones. Por tanto tiene una mayor sensación de relación directa con el actor de la información y el texto le parece más fiable.

La cita indirecta: Es la que resulta de la translación de la expresión, dificultando que el lector pueda rescatar la expresión original. Habrá más posibilidades de interpretación cuanto mayor sea la extensión dedicada al estilo indirecto. El problema que plantea este uso es a quién atribuir la responsabilidad de la elección del verbo, puesto que interesa más reconstruir el sentido general de las declaraciones que su forma original.

En los textos informativos, el periodista debe transmitir las palabras del autor de las declaraciones, informar sobre lo que se ha dicho pero también debe interpretar la intención que tienen o la manera en que se han realizado, lo que genera su naturaleza subjetiva.

Argumenta Escribano (2008) que, puesto que una misma proposición puede expresarse con fuerzas ilocutivas diferentes, el periodista tiene la posibilidad de ser fiel al *dictum*, a lo dicho, pero escoger el *modus*, la forma en cómo se ha dicho. La traducción de un acto de habla en un verbo que lo describe se convierte en una de las operaciones de mayor eficacia para la orientación intencionada por parte del periodista.

Para que el receptor pueda comprender el sentido final de un enunciado, es fundamental que reconozca la intención ilocutiva. Sin embargo, en numerosas ocasiones encuentra numerosas dificultades debido a que es uno de los mecanismos más utilizados por los medios de comunicación para orientar sus informaciones.

Searle (en Escribano, 2007) hace una clasificación de cinco tipos de actos de habla que demuestra que una misma declaración puede ser expresada con verbos de diferente intensidad ilocutiva, lo que permite al redactor matizar y orientar la intención de las palabras del portavoz y dar una imagen determinada de él y de la institución que representa.

- Actos representativos: Comprometen al hablante con la autenticidad de la proposición expresada, de manera que puede caracterizarse como verdadera o falsa, por lo que el estado psicológico es creencia. En la transmisión de este tipo de actos, el periodista puede decidir escoger entre una serie de formas verbales que se diferencien en el modo en cómo se lleva a cabo el acto, los estados psicológicos expresados en este o la fuerza con que se realiza.
- Actos directivos: Son intentos de que el receptor haga algo. El contenido psicológico es el deseo. El periodista puede describir la petición con formas verbales de petición directa, de petición indirecta, formas de consejo o de orden.
- Actos conmisivos: Comprometen al hablante en el futuro y la condición de sinceridad es la intención. El hablante asume una obligación.
- Actos expresivos: Expresan el estado psicológico del hablante, sin dirección de ajuste, aunque se presupone la verdad de la proposición expresada.
- Declaraciones: Son formas en las que existe correspondencia entre el contenido proposicional y la realidad. No hay diferencia entre el contenido proposicional y la fuerza ilocucionaria.

Tabla 2: Relación de actos de habla y verbos descriptivos.

Tipos de actos	Contenido psicológico	Verbos descriptivos
Representativos	Creencia	Asegurar, insistir, admitir, denunciar, acusar, achacar...
Directivos	Deseo	Pedir, reivindicar, instar, reclamar, ofrecer, insinuar, proponer, exigir...
Conmisivos	Asunción de obligación	Prometer...
Expresivos		Felicitar, agradecer, alegrarse, dar el pésame...
Declaraciones		Condenar...

Fuente: Escribano, A.: 2007

Asimismo, la cortesía lingüística es uno de los mecanismos más eficaces para regular las relaciones sociales. El diario puede transmitir una imagen favorable o desfavorable del portavoz mediante la cortesía empleada por el verbo. Así, el redactor puede escoger una forma verbal más agresiva cuando el protagonista es ajeno a la línea ideológica del medio. Consciente de ello, Leech (en Escribano, 2007) clasificó cuatro tipos de acciones:

- Acciones sociables: Apoyan la cortesía que habitualmente trasladan una imagen positiva de quien los realiza.
- Acciones indiferentes: Son acciones indiferentes a la cortesía en las que ni hay coste ni beneficio. Dejan de ser indiferentes cuando se informa de algo positivo o negativo.
- Acciones competitivas: Entran en conflicto con la cortesía, implicando coste para el destinatario. El periodista traslada la imagen descortés del emisor.
- Acciones conflictivas: Se consideran claramente descorteses, dirigidas contra el mantenimiento de la relación entre los interlocutores.

Tabla 3: Niveles de cortesía en las formas verbales.

Tipos de actos	Formas verbales
Sociable	Felicitar, ofrecer, saludar
Indiferente	Decir, informar, anunciar, asegurar, insistir
Competitivo	Pedir, exigir, preguntar, ordenar
Conflictivo	Amenazar, acusar, maldecir, insultar

Fuente: Escribano, A.: 2007

Cada candidato político tiene una imagen que quiere transmitir a los demás, especialmente en periodo electoral, cuando es especialmente vulnerable. Los diarios ofrecen la mejor imagen del candidato afín a su ideología y la peor del contrario. (Escribano, 2007).

Cuando el periodista en periodo electoral decide elegir la transmisión de las declaraciones de un político en estilo indirecto, tiene la posibilidad de seleccionar una forma verbal con la que, mediante la descripción de la fuerza ilocutiva y de la cortesía de la misma, se hace canal interesado de sus intenciones y del modo en que éstas fueron realizadas. De esta forma favorece o perjudica la imagen pública del candidato, en función de la identificación ideológica de su partido con el medio. (Escribano, 2007).

Con ello, el diario puede aspirar a contribuir, sutilmente, a la victoria electoral del partido más cercano al mismo y a sus intereses económicos y empresariales, trasmitiendo una imagen positiva del mismo y conflictiva de los demás. (Escribano, 2007).

Tabla 4: Relación de actos de habla y verbos descriptivos.

Modo de cita	Subjetividad		
	Menor	Intermedia	Mayor
Cita directa sin sujeto	X		
Cita directa bimembre	X		
Cita directa con verba dicendi		X	
Cita directa con palabra entrecomillada		X	
Cita indirecta			X

Fuente: Escribano, A.: 2007

2.5. Contenidos mediáticos y sus efectos en las audiencias

El estudio de los efectos de los medios entendido como las consecuencias, evaluadas o supuestas, de la acción de las informaciones en la mente de las audiencias es un asunto del que se ha escrito abundantemente durante los últimos años.

Numerosos investigadores consideran que lo prioritario es conocer las reacciones que provocan los mensajes mediáticos en los públicos y esta es razón por la que el asunto de los efectos de los medios de comunicación sobre las audiencias es la principal línea de estudio de la investigación mediática desde sus inicios en el siglo XX hasta la actualidad.

Con esta premisa, y con el peso de casi un siglo de investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación, es un dato consensado por la totalidad de la comunidad académica que los medios contribuyen a consolidar o modificar el capital simbólico de personas, organizaciones, marcas o productos en sus públicos. De esta forma, los medios operan en la actualidad como los agentes que proporcionan a amplias capas sociales las informaciones y valoraciones que conforman las opiniones sobre las cuales rigen después sus comportamientos y toman sus decisiones (Losada Díaz, 2005:5).

Sin embargo, sigue habiendo discrepancias entre los que consideran que se puede controlar el comportamiento colectivo a través de los contenidos de los *media*, que podríamos denominar como teorías de *efectos fuertes* y aquellos que defienden que la influencia de los medios no es tan poderosa, ya que las consecuencias de la exposición a ellos no es uniforme en todos los individuos sino que lo que provoca es un refuerzo de las creencias ya existentes, generadores de los modelos de *efectos limitados*.

En la actualidad se mantiene el debate sobre si los efectos primarios de los medios consisten en el refuerzo de puntos de vista prevalecientes o en la creación de otros nuevos. Por ejemplo, mientras que la hipótesis de la teoría de la Selección perceptiva es que “la agenda del público refleja con mayor fidelidad la agenda de temas propuesta por el partido preferido del votante”, la de la teoría de la *Agenda setting* es que “la agenda del público refleja con mayor fidelidad la agenda total de los temas informativos”.

2.5.1. Teorías de Efectos Fuertes

Hay investigadores que consideran que los medios de comunicación contribuyen decisivamente al cambio de conducta mediante la modificación de los conocimientos de la audiencia. Desde ese punto de vista es desde donde podemos entender que la publicación de determinada información pueda incidir en los conocimientos de determinados públicos (actitudes, creencias, valores), modificando la imagen asociada a instituciones, productos o personas. (Losada Díaz, 2005:5).

Cuesta y Gaspar (2013) sostienen que durante la I Guerra Mundial, en la oficialmente neutral España, los gestores políticos, por primera vez, son realmente conscientes del “poder” de los

medios para generar tendencias de “opinión pública”. Se inician así una serie de acciones encaminadas a controlar estos efectos de los medios, tales como las conocidas subvenciones (a la prensa) y apoyos estratégicos. Surgen de ese modo las primeras “Teorías de los Efectos” de la comunicación”. Así, por primera vez, “el poder” es realmente consciente de la potencia de los nuevos medios de comunicación social para manipular la “opinión pública” (Cuesta y Gaspar, 2013:130).

“Lippmann publicó en 1922 una de las obras más influyentes en el pensamiento contemporáneo sobre los orígenes de la comunicación social: “La opinión pública” (Lippmann, 1922). Este autor plantea que el trabajo de los periodistas es un “trabajo de inteligencia” (*intelligence work*). Es decir, una especie de trabajo de “inteligencia militar”. El trabajo del periodista consiste en comunicar a los políticos con los ciudadanos, entendiendo, eso sí, por ciudadanos, una especie de masa poco crítica. Esta masa es incapaz de tomar grandes decisiones políticas, ni siquiera es capaz de interpretar los complejos problemas políticos nacionales. De esta manera, la labor del periodista se transforma en una verdadera labor de creador de opinión”. (Cuesta y Gaspar, 2013:130).

“Asimismo, la teoría de la aguja hipodérmica defendía unos efectos muy poderosos de los medios de comunicación en las “masas”, de tal manera que el emisor podía inocular o disparar sus mensajes a una audiencia pasiva con la seguridad de que esos mensajes llegaban de forma casi inmediata a la mente de un público fácilmente receptivo que entendía los contenidos de una manera uniforme (exactamente de la forma que quería el emisor)”. (Ugarte, Menéndez y Cuesta, 2009: 69). La propaganda en el periodo de entreguerras se basaba en esta tesis que empezó a perder vigencia a mediados de los años 40.

En la actualidad, sin llegar a los extremos de anteriores, la *teoría de la Agenda setting* nos retrotrae a la importante influencia de los medios de comunicación sobre las actitudes y opiniones, donde comenzaron las teorías de la comunicación de masas, en los años 40’ y 50’. Se trata de un regreso a la retórica científica de Carl Hovland, la correspondencia entre las características del mensaje y las actitudes y opiniones. “Aunque defiende que ahora contamos con un mapa teórico en detalle que vincula la agenda mediática y la pública”. (McCombs, 2004:229).

Los efectos de la comunicación de masas pueden ser el resultado, como sostenían los primeros teóricos de la *Agenda setting*, del mero volumen de exposición. Los efectos de establecimiento de agenda en primer nivel muestran este fenómeno. Una de sus principales aportaciones es que establece una conexión explícita entre un contenido mediático concreto y sus efectos en el público. Se trata de un modelo que aclara la premisa básica del análisis de contenido de tipo cuantitativo, pues especifica que la relevancia de dicho contenido se puede medir de manera rigurosa en términos de su frecuencia de aparición.

Posteriormente, la fijación de agenda de atributos, hace un análisis más detallado del contenido concreto de los mensajes de los medios de comunicación y nos ofrece una comprensión más pormenorizada de las imágenes que tenemos en la cabeza y de las actitudes y opiniones que se basan en ellas.

McCombs y Evatt (1995) extienden la afirmación de la teoría de la *Agenda setting* a un segundo nivel, de modo que no sólo se transmiten prioridades de los temas sino también de las características de esos temas. Cada uno de los objetos tiene numerosos atributos o aspectos, características y propiedades que caracterizan su imagen. Igual que la relevancia de los objetos va variando, también lo hace la de los atributos de cada objeto. En palabras de McCombs, existen evidencias de que dicho impacto se produce no solo en la formación de opiniones sino también en el comportamiento observable.

El establecimiento de la agenda de atributos se centra en el paso siguiente a la atención en el proceso de la comunicación: la comprensión, esa etapa que Lippmann describía *como las imágenes que nos hacemos en la cabeza*. En este caso el enfoque es acerca de qué aspectos del tema les resultan relevantes a los individuos que constituyen el público. (McCombs, 2004:139).

Tanto la selección de los objetos de atención como la de atributos con que representar dichos objetos son poderosas funciones del establecimiento de agenda. Una parte importante de la agenda informativa y de su colección de objetos la representan los atributos que los periodistas y el público tienen en mente cuando piensan en cada uno de los objetos y hablan de ellos. La manera en que influyen esas agendas de atributos de los medios informativos en la agenda del público constituye el segundo nivel de *Agenda setting*.

El establecimiento de la agenda de atributos se basa, fundamentalmente, en la comparación de los sondeos de opinión pública con el análisis de contenido de los medios informativos y demuestran que los atributos que son destacados por los medios quedan destacados en la mente del público. Se acumulan constataciones de que el modo en que pensamos y hablamos de los temas de interés público se ve influido por las imágenes que de ellos nos presentan los medios.

Así, los medios de comunicación establecen la agenda cuando tienen éxito a la hora de absorber la atención sobre un problema. Y construyen la agenda pública cuando suministran el contexto que determina la manera en que la gente piensa de un tema y evalúa sus méritos.

Es la agenda de atributos la que define un tema y, en algunos casos, hace que la opinión pública se decante hacia una perspectiva concreta o hacia una solución de preferencia. Establecer la agenda de atributos para un tema es la encarnación del poder político. Controlar el punto de vista del debate político en cualquier tema es la influencia definitiva sobre la opinión pública.

En cuanto a los problemas específicos asociados a un tema, sus causas y las soluciones propuestas, la correspondencia entre la agenda de los periódicos y la agenda del público suele ser especialmente alta. El grado de correspondencia baja, pero sigue siendo sustancial, en los argumentos a favor y en contra sobre las soluciones. El foco de atención sobre problemas concretos de un tema complejo del país en la prensa ejerce una gran influencia sobre la manera en que los individuos del público piensan respecto a ese tema.

Las exploraciones iniciales del establecimiento de la agenda de atributos ponían el énfasis en las características sustantivas de los temas de interés público. Los medios informativos pueden comunicar con éxito tanto la sustancia como el tono. (McCombs, 2004:239).

La preparación previa del público es una ampliación significativa del establecimiento de agenda, una de las vías a través de las cuales los medios de comunicación juegan un papel crucial en la configuración de las actitudes y las opiniones. En ocasiones esos efectos de fijación de agenda por parte de los medios tienen consecuencias muy directas en las actitudes y opiniones. Este es el caso, en particular, del establecimiento de la agenda de atributos, en la que el impacto puede llegar a ser muy espectacular.

Esta convergente evidencia sobre los efectos de preparación previa del público y sobre los atributos sustantivos y el tono afectivo en los mensajes mediáticos demuestran que tanto el primer como el segundo nivel del establecimiento de agenda tienen consecuencias para las opiniones, las actitudes y la conducta del público.

Los efectos del tono no se limitan a las actitudes y a las opiniones sobre política. Los titulares negativos de los periódicos sobre lo que sucede en los hospitales influyen en la percepción del público sobre la política sanitaria. A su vez, “estas opiniones se convierten en profecías que se autocumplen, en tanto que las personas ajustan su conducta para que encaje con sus creencias” (McCombs, 2004:242).

La mayoría de las personas, incluso las que tienen una formación superior, raramente posee un conocimiento detallado y en profundidad de los temas de interés público. Según Popkin, “las personas educadas poseerán información limitada sobre una gama mayor de temas, que incluyen acontecimientos nacionales e internacionales, aunque queden lejos de su experiencia cotidiana”. (Popkin en McCombs, 2004:87).

Además, según numerosos estudios, los niveles superiores de educación no parecen incrementar las respuestas defensivas de los individuos al patrón de énfasis de las noticias. Las personas con más formación no muestran una tendencia mayor que las menos formadas a argumentar en contra o a erigir barreras psicológicas en la aceptación de la agenda mediática.

Entre los complementos teóricos al establecimiento de agenda encontramos dos conceptos con una base psicológica común: la vigilancia por parte del individuo de su entorno social. Una consecuencia de esta vigilancia es la agenda pública de temas, otra consecuencia es la frecuencia de las conversaciones con los demás sobre los temas del día.

“Las actitudes y el comportamiento normalmente están gobernados por procesos cognitivos: lo que la persona sabe y piensa y sus creencias. Por tanto, la función de los medios de comunicación como fijadores de la agenda implica una influencia potencialmente colosal, cuyas dimensiones y consecuencias plenas todavía no han sido investigadas y valoradas”. (Shaw en McCombs, 2004:228).

2.5.2. Teorías de Efectos Limitados

Respecto a las características de los receptores, la comunicación de masas es una transacción entre un miembro individual de la audiencia y el mensaje mediático, en el que las diferencias entre los individuos son importantes, aunque puedan existir experiencias comunes. La frecuencia y la calidad de la atención a los medios informativos difieren considerablemente de un individuo a otro. Sea cual sea el patrón de exposición se registran diferencias individuales en el plano de la atención.

Lazarsfeld, Berelson y Gaudet realizaron una investigación en 1944 sobre los efectos de los medios, que fue el primer acercamiento sistemático a la comunicación colectiva con metodología empírica que sirvió como base para que Katz y Lazarsfeld (1955) expusieran su Teoría del Flujo en Dos Pasos, según la cual los líderes de opinión dentro de los diferentes grupos sociales condicionan de manera determinante los mensajes emitidos por los medios hasta tal punto que muchos individuos sólo reciben los contenidos a través de la mediación de estos líderes. (Ugarte, Menéndez y Cuesta, 2009:72).

Joseph Klapper, integrante del equipo de investigación de Paul Lazarsfeld, publica en 1960 una obra que recogía buena parte del estudio realizado sobre comunicación hasta el momento y que formalizó la Teoría de los Efectos Limitados, “Los efectos de la comunicación de masas” (1960). En ella, defiende que hay un conjunto de procesos selectivos que actúan como barrera entre el mensaje y el receptor en el contexto comunicativo, negando que los medios sean causa necesaria ni suficiente de los cambios en los valores de la opinión pública sino que actúan como agente cooperador junto a otros estímulos para reforzar actitudes e ideas. Estos procesos son:

- La exposición selectiva: los receptores tienen intereses y opiniones propios que los llevan a exponerse a aquellos medios con los que tienen más afinidad. Por tanto, evitan inclinarse por informaciones contrarias a su punto de vista.
- Percepción selectiva: la percepción está parcial o totalmente determinada por las rutinas de las personas (lo que perciben habitualmente) o sus expectativas (lo que desean percibir, o la recompensa que esperan obtener de la percepción). Si un receptor se expone a una información a la que no es afín, modificará mentalmente su contenido para adaptarlo a su punto de vista. Es decir, que el receptor interpreta los mensajes de acuerdo a principios subjetivos para ajustarlos a su posición. Por tanto da lugar a una interpretación selectiva.
- Retención selectiva: a largo plazo, se retiene mejor la información que coincide con las convicciones preestablecidas del receptor. Algunas justificaciones para este fenómeno son que la información afín se codifica más fácilmente en la memoria, porque coincide con los esquemas de valores presentes o que el cerebro tiende a eliminar información que no le es útil, acumulando, por tanto, más información que le es congruente.

Respecto a las limitaciones perceptivas naturales del ser humano, Martín Vivaldi indica que “... no todo el mundo percibe la realidad externa exactamente igual. Matizamos nuestro entorno

según nuestra estimativa, según nuestro estado emocional, según nuestra acuidad sensitiva, según nuestro temperamento, según nuestros deseos, según nuestra impresionabilidad”. (Martín Vivaldi en Noguera, 2006:195).

El concepto de percepción selectiva consiste en situar la influencia fundamental en el interior del individuo, y estratificar el contenido mediático según la compatibilidad que tenga con las actitudes y opiniones preexistentes del individuo. Ese punto de vista da por sentado que los individuos minimizan su exposición a la información que no apoya sus actitudes y opiniones y se exponen al máximo a la información que las apoya.

“Sniderman y Theriault afirman que cuando la gente es expuesta a modos diferentes de ver un tema, estos aceptarán el mensaje que esté de acuerdo a sus predisposiciones. Múltiples marcos animan a la gente a considerar ambos lados de un tema y decidir cuál es más compatible con sus propias creencias”. (Sniderman y Theriault en Álvarez López, I., 2004:77).

Como señala, López García (1999:54), “el zapeo creativo de la prensa escrita es una trayectoria personal en la que cada lector selecciona las informaciones que le interesan. Hoy en día los ciudadanos normales se limitan a “echarle un vistazo” al periódicos. Estas trayectorias personales, a menudo bastante coincidentes, terminan por operar retroactivamente sobre el medio de comunicación. No es una casualidad que los periódicos vayan concediendo cada vez más atención a las secciones de sociedad, deportes, economía y espectáculos, en detrimento de la clásica información nacional e internacional, que el lector suele conocer previamente por los demás medios”.

Hay personas que se rigen por la fidelidad casi ciega a una ideología, partido o personaje. El caso es que los que dudan, necesariamente confrontarían la información que tienen y la información que les suministran los medios de comunicación. Aunque habrá que reconocerse el fenómeno en el cual, es precisamente el encuentro de ambos tipos de información lo que puede generar la confusión. (Álvarez López, I., 2004:68).

Según Zaller y Feldman: (...) bajo el axioma de la ambivalencia, “la mayoría de la gente posee consideraciones enfrentadas sobre la mayor parte de los temas... consideraciones que podrían conducirles a decidir sobre un tema en uno u otro sentido”. (Zaller y Feldman en Álvarez López, I., 2004:67). Esta idea nos indica que necesariamente una parte de las personas pueden llegar a tener dudas en relación a los temas planteados, y en consecuencia esperar una orientación de quienes se encargan de tratar estos temas en público.

Aceptando que los votantes pueden ser persuadidos, la premisa distintiva del modelo de “resonancia” es que en los mensajes de campaña, independientemente de la forma que tomen, su [...] influencia está de común acuerdo con las predisposiciones predominantes de los votantes y sus sentimientos (Iyengar, Shanto y Simon en Álvarez López, I., 2004:34).

En este punto es importante abordar la discusión académica sobre las diferencias de la *Agenda setting* y el *Framing*. La convergencia del encuadre y el establecimiento de la agenda de atributos pretendió ser un avance importante en la explicación de los efectos de los medios, al colocar el acento sobre el estatuto especial que poseen determinados atributos y encuadres,

en el contenido de un mensaje. Según los partidarios de esta teoría, permitía el análisis de los efectos mediáticos que son causados por el contenido de determinados mensajes. El establecimiento de la agenda de atributos fusionaría de manera explícita la teoría de la *Agenda setting* con el concepto de *Framing*.

En este sentido, Comstock y Scharrer señalan que “conceptualmente, la preparación previa y el encuadre son subespecies de los efectos del establecimiento de agenda que influyen en la evaluación e interpretación que hace el público, más allá de la concesión de importancia”. (Comstock y Scharrer en McCombs, 2004:235-236).

Sin embargo, respecto a este asunto, Sádaba concluye que la teoría de fijación de agenda trata “de atraer el *Framing* hacia sus explicaciones”. Sin embargo, la investigadora no está dispuesta a asumir directamente la tesis de McCombs: “El *Framing* es claramente diferenciador respecto a la teoría de la *Agenda setting*, sobre todo porque se consideran los *frames* o marcos como los elementos con los que se elaboran las agendas, y por tanto se sitúan en el ámbito de la creación de noticias más que en el de sus efectos. La *Agenda Setting* está relacionada con la transferencia y la accesibilidad; el *framing* con la interpretación del mundo” (Sádaba en Ugarte, Menéndez y Cuesta, 2009:89).

Según las investigaciones más recientes, el establecimiento de la agenda de atributos se centra en la capacidad de los medios de influir en la manera en que nos hacemos una imagen de los objetos mientras que los encuadres reclaman nuestra atención hacia los puntos de vista dominantes en esas imágenes, que no sólo sugieren qué es relevante y qué es irrelevante sino que, en palabras de Entman, “promueven una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto escrito”.

La teoría del *Framing* también tiene en cuenta los efectos que los *frames* producen en la audiencia. Actualmente los estudios de *Framing* se han consolidado, reinterpretando y matizando las teorías de los efectos poderosos de los *mass media* con la introducción de otras variables en el procesamiento de los mensajes, como la predisposición de la audiencia. (López Rabadán, 2010).

Hay autores que entienden los *frames* como principios de interpretación de la información, principios que “yacen” almacenados en las audiencias. (Entman, 1991 en Amadeo, 2002). El *Framing* de las noticias “depende tanto de cómo lo presentan los medios de comunicación como de las normas, hábitos y expectativas de quienes al recibirlo se forman alguna opinión o toman algún tipo de decisión” (Tversky y Kahneman en Amadeo, 2002:12).

2.6. La influencia del poder político desde la perspectiva de la *Agenda setting* y el *Framing*

2.6.1. Retroalimentación de las agendas política, pública y mediática.

Agendas políticas, agendas públicas y agendas de medios se componen de asuntos que, de algún modo, son cuestiones por resolver. La presencia de un tema en la agenda marca prioridad de intereses, lo que aparece en la agenda tiene preferencia sobre lo que no está.

La agenda política es “un conjunto general de controversias políticas que serán tratadas en algún momento entre la lista de cuestiones legítimas que merecen la atención de la política” (Cobb y Elder en Sádaba, 2006:63). En general, “los asuntos que afectan a gran parte de los ciudadanos componen la agenda pública, que es un conjunto de temas enunciados como problemas ante los que se demanda una solución a los gestores políticos en el desempeño de sus funciones”. (Rodríguez y Castromil, 2010:195). Y por último, “en la agenda de los medios o agenda mediática, estos asuntos adquieren una mayor relevancia al ser difundidos de modo masivo” (Sádaba, 2006:63).

Los temas relacionados con la sanidad, especialmente si su gestión es pública, forman parte de estas tres agendas por la transcendencia que tiene la salud sobre la vida de las personas.

Aunque cada agenda mantiene su propia estructura y dinámica, entre las tres existe una estrecha relación. Por un lado existe una alimentación recíproca de cuestiones en las que convergen los intereses de todas ellas. Por otro lado hay una competencia para conseguir que las propuestas que cada una tiene por fundamentales, lo sean también para el resto de los actores públicos.

“Varios estudios demuestran que los temas enunciados como problemas de la sociedad lo son, en parte, por su reflejo, cobertura y tratamiento en los medios de comunicación.(...) Los temas de la agenda pública están correlacionados estadísticamente con los temas de la agenda mediática” (McCombs y Shaw, en Rodríguez y Castromil, 2010:195).

Si bien “los primeros estudios sobre *Agenda building* trataban de conocer únicamente cómo los problemas sociales pasan a recibir la atención de los políticos, el interés por los medios es ya latente, puesto que reconoce que los medios son la fuente de conocimiento de los problemas sociales por parte de los políticos”. (Sádaba, 2006:70).

En la medida que la agenda mediática selecciona de la agenda política lo que le parece más relevante, los políticos ajustan los temas y sus mensajes para utilizarlos con el fin de conseguir sus objetivos.

“Una manera de describir y evaluar a un líder político es su capacidad para establecer la agenda nacional. Una de sus tareas principales es influir en el interés de la cobertura informativa como una manera de moldear una opinión pública que le dé apoyo y que ejercerá su influencia

sobre las acciones de los parlamentos. Así, por ejemplo, prácticamente todo lo que hace un presidente se considera noticia” (McCombs, 2004: 192).

McCombs a lo largo de toda su trayectoria investigadora insiste en que existe una relación cambiante entre los líderes políticos y los medios informativos durante los años de una Administración. En ocasiones son capaces de dirigir la atención mediática hacia determinados temas y de establecer las agendas de los medios de comunicación y del público. Pero otras veces, son ellos los que siguen a los medios y a la opinión pública.

Incluso en la agenda parlamentaria las preguntas planteadas por la oposición son un reflejo de la influencia como fijadores de agenda de los periódicos. Porque con una observación no demasiado exhaustiva podemos determinar que gran parte de las preguntas parlamentarias están basadas en denuncias periodísticas. “Las agendas mediáticas las configuran en mayor medida los valores informativos de los acontecimientos y situaciones inmediatas que el valor social de la deliberación”. (McCombs, 2004: 195). Existen evidencias de que en numerosas ocasiones, los medios han ejercido una influencia sustancial sobre la agenda política tanto a nivel nacional como local.

La primera investigación sobre agendas concluyó que los medios influyen en las opiniones sociales en mayor medida que las opiniones de un colectivo inciden en los contenidos de los medios (McCombs y Shaw en Saura, 2006:67). Por eso, influir en las agendas políticas, mediáticas y pública es el objetivo de una gran variedad de grupos de presión organizados.

Las investigaciones demuestran un alto grado de correspondencia entre las prioridades de la agenda mediática y las prioridades posteriores de la agenda del público. La preocupación fundamental de los autores de esta teoría ha sido estudiar la manera en la cual la agenda que aparece en los medios informativos influye en la opinión pública. Según sus investigadores, las personas tienden a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los *media* incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a los diferentes asuntos la misma importancia que le dan los medios en su tratamiento a personas, acontecimientos o problemas.

Como ya hemos tratado a lo largo de este trabajo, en cada etapa del proceso de comunicación se excluye o incluye información, se ignoran asuntos o se presentan con fuerza, se escriben titulares para captar la atención y se ilustran los temas, organizando prioridades. Cada una de estas decisiones es el establecimiento de un encuadre.

“El modelo de la *Agenda setting* dice sencillamente que, una vez que se han hecho estas elecciones, en cualquier momento del proceso y por las razones que sean, la información resultante influirá en el modo en que los individuos ven y piensan acerca de las ideas y asuntos que se discuten”. (McCombs y Evatt, 1995:19).

“El público utiliza los datos de relevancia que les dan los medios para organizar su propia agenda y decidir cuáles son los temas más importantes. Y a base de tiempo, esos temas donde las informaciones han puesto el acento se vuelven también los más importantes en la consideración pública. Los medios informativos, constituyen el nivel inicial en la formación

de la opinión pública, ya que la agenda mediática establece la agenda del público: aquellos temas destacados en las noticias llegan a ser vistos, con el tiempo, como importantes por el público”. (McCombs, 2004:25).

En este punto, nos vamos a centrar en aquellos asuntos que, en los periodos descritos en esta investigación constituían la agenda pública. Los barómetros sanitarios en la Comunidad Autónoma de Madrid (excepto en los años 2010 y 2011 en el que los estudios son sobre todo el territorio nacional) del Centro de Investigaciones Sociológicas durante estos años, reflejan que excepto en 2006 y 2007, la Sanidad es el primer área de interés para los ciudadanos, según los encuestados. En el año 2006 ocupó el segundo lugar por detrás de Vivienda y en 2007 (año electoral) el tercero, precedido por Vivienda y Educación.

Estos datos, aunque significativos en cuanto a la importancia del tema para los ciudadanos, no son determinantes, ya que las fechas de realización de las encuestas no coinciden con los periodos estudiados en esta tesis, por lo que no es posible establecer correlaciones.

Tabla 5: Áreas de interés para los ciudadanos.

Periodo	Interés para la ciudadanía		
	1er. área	2da. área	3er. área
2004	Sanidad 30,1%	Vivienda 24,5%	
2005	Sanidad 30,3%	Vivienda 22,1%	
2006	Vivienda 24,7%	Sanidad 24,1%	
2007	Vivienda 26,6%	Educación 21,2%	Sanidad 21,2%
2008	Sanidad 24,9%	Educación 24,7%	
2009	Sanidad 26,6%	Vivienda 22,6%	
2010	Sanidad 29,2%	Educación 22,7%	
2011	Sanidad 33,4%	Educación 23,4%	

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas

También según los resultados de los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas, en todos estos años, el aspecto mejor valorado por los encuestados sobre hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid es el “Equipamiento y medios tecnológicos existentes en los hospitales” y el peor valorado, aunque mejorando a lo largo del tiempo, “El tiempo de espera para ingresos no urgentes”.

Tabla 6: Aspectos mejor y peor valorados de los hospitales públicos de la CAM.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Equipamiento y medios tecnológicos	7,54	7,52	7,29	7,72	7,91	7,97	7,76	7,91
Tiempo de espera ingresos no urgentes	3,72	3,94	4,13	4,29	3,73	4,32	4,74	4,81

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas

“La restricción en el tamaño de la agenda pública se explica por los límites de los recursos del público tanto de tiempo como de capacidad psicológica. Los límites en el tamaño de la mayoría de las agendas mediáticas aún resultan más obvios, al darse una cantidad limitada de espacio en los medios” (McCombs, 2004:85) a pesar de la gran diversidad de elementos que la originan, desde las cuestiones políticas consideradas por los organismos públicos que son cubiertos por la rutina periodística, las agendas que rivalizan entre sí en las campañas políticas o la agenda de asuntos que lanzan de manera rutinaria los profesionales de las relaciones pública.

Las dimensiones de la agenda pública se analizaron en los estudios iniciales sobre la *Agenda setting*, aunque posteriormente Zhu utilizó un modelo matemático ampliado para explicar la capacidad limitada de la agenda. Concluyó que la cobertura informativa de varios asuntos influyó en la relevancia de los temas para el público, pero descubrió también que la capacidad de los temas para mantener la atención pública estaba condicionada además por la relevancia de los dos temas competidores. Para que un asunto ganara relevancia tenía que conseguir conversos de los otros temas. Zhu concluyó que la agenda es, en último extremo, “un juego de suma cero” con temas subiendo en la agenda a expensas de otros. (Zhu, 1992:825-836).

“El espacio público acoge una “competencia entre agendas”, por la cual cada actor social trata de maximizar su presencia mediática y conseguir que sus propuestas y objetivos sean asumidos por el resto de los actores públicos. Esta compleja dinámica ha sido analizada desde la perspectiva de la *Agenda building*, que presta atención al proceso por el cual diversos actores sociales alimentan el discurso mediático, proporcionando contenidos y desplegando sus recursos para influir en la cobertura informativa” (Sádaba y Rodríguez Virgili en Valera y López, 2014:43).

2.6.2. Temporalidad en los efectos de fijación de agenda

Los efectos de fijación de agenda no son en absoluto instantáneos, pero sí que se dan a relativamente medio plazo y pueden ser más o menos fuertes según el tema. Downs indicó que “las actitudes y el comportamiento públicos referentes a los problemas nacionales claves tienen una vida limitada, y que éstos emergen como asuntos, para después irse apagando a su debido tiempo. Rastreando cómo aparecía y desaparecía de la agenda el tema del medio ambiente, identificó cinco etapas en el “ciclo de atención a un asunto”: pre-problema, descubrimiento

alarmado y entusiasmo eufórico, advertencia de los costos del progreso, declive gradual del interés y post-problema, que describió como un limbo prolongado”. (Downs en McCombs y Evatt, 1995: 9-10).

Para Downs el tiempo necesario para que los mensajes de los medios influyan en la opinión pública varía de acuerdo con los asuntos. Hay investigaciones sobre el marco temporal de los efectos que sugieren que el lapso temporal que se requiere para la transferencia de relevancia temática entre la agenda mediática y la pública suele estar entre cuatro y ocho semanas. Los ciudadanos están envueltos en un proceso de aprendizaje continuo sobre asuntos públicos. Sus prioridades respecto a la importancia de los temas son un reflejo de lo difundido por los medios en las cuatro u ocho semanas anteriores.

Por tanto, la agenda del público es por lo general un reflejo de la agenda mediática del mes o de los dos meses anteriores. Sin embargo, en condiciones de alto compromiso emocional con la información, el plazo para que se den los efectos de establecimiento de agenda pueden incluso acortarse. Concretamente, diversos estudios han demostrado que los efectos sobre las discusiones acerca de temas sanitarios se hicieron sentir en el plazo de una semana. (Downs en McCombs, 2004:95).

2.6.3. El encuentro entre información conocida e información nueva

Todos los seres humanos tomamos actitudes y opinamos en relación a otras personas, temas y hechos con base a la información que ya tenemos. Sin embargo, también cuenta la información que se va adquiriendo (lo que leemos, vemos, escuchamos o hablamos), es decir la información nueva. Este complemento de conocimiento es el encuentro entre información conocida e información nueva. (Álvarez López, I., 2004:34). La comprensión de los temas se da a partir del resultado de ese encuentro de informaciones. Este proceso también implica la priorización de los elementos a los que se recurre para contrastar los datos o la información nueva. (Álvarez López, I., 2004:22).

Además, algunos temas son experienciales, intervienen en nuestras vidas cotidianas y los experimentamos de manera directa. La experiencia personal, conversaciones, amigos y colegas nos dan información sobre muchos temas. Con los temas no experienciales nos encontramos sólo en las noticias pero no de manera directa en nuestras vidas. Los medios de comunicación son sólo una de las fuentes de orientación sobre los asuntos públicos. La fuente dominante de influencia variará de un tema a otro.

Diversos estudios basados en el análisis individual de los temas (perspectiva de la historia natural) determinan que se da un alto grado de correspondencia entre la opinión pública y la cobertura informativa de temas no experienciales y poca correspondencia en los experienciales.

Una explicación de carácter general para estas llamativas diferencias en las respuestas del público a la cobertura mediática entre los temas experienciales y los no experienciales nos la brinda el concepto de necesidad de orientación. (McCombs, 2004:123-124). La necesidad de comprender el entorno que nos rodea es innata en todos nosotros. Siempre que nos

encontramos ante una situación nueva, en un vacío cognitivo, tenemos una sensación incómoda hasta que exploramos y trazamos mentalmente un mapa de ese escenario.

La necesidad de orientación es un concepto psicológico, lo que significa que describe diferencias individuales en el deseo de pistas orientativas y de información contextual. La necesidad de orientación del individuo se define en términos de dos conceptos de segundo orden: la relevancia y la incertidumbre, cuyos roles se dan de manera secuencial.

La relevancia es la condición inicial que define la necesidad de orientación. La mayoría de nosotros no sentimos un malestar psicológico y tampoco una necesidad de orientación en la mayoría de los temas porque no percibimos dichas situaciones como personalmente importantes. En esas situaciones donde la relevancia para el individuo es poca o incluso inexistente, la necesidad de orientación es baja. La relevancia de un asunto nace de muchas fuentes: el deber cívico, la emoción suscitada, la influencia de los compañeros y el interés personal.

El nivel de incertidumbre es la segunda y posterior condición que define la necesidad de orientación. Con frecuencia los individuos tienen ya toda la información que desean sobre un asunto. Su grado de incertidumbre es bajo. Es el caso de muchos temas de interés público en los que la opinión pública es muy estable durante largos periodos de tiempo. No ignoran los medios informativos, pero únicamente supervisan por si hay un cambio.

“Una relevancia e incertidumbres altas definen una gran necesidad de orientación que es la condición teórica en la que se vaticina el más alto grado de correspondencia entre la agenda mediática y la pública”. (McCombs, 2004:126-129). Es el caso de los asuntos relacionados con las crisis en los hospitales de gestión pública en los que la relevancia es alta para la mayor parte de los individuos porque somos conscientes de que en cualquier momento podemos ser usuarios de los mismos y la incertidumbre elevada viene determinada por la situación conflictiva y la posible resolución de la misma.

En este caso la necesidad de orientación de los individuos es mayor que en otros ámbitos de asuntos públicos y por lo tanto, es más probable que presten atención a la agenda de los medios de comunicación.

Aunque la frecuencia de la cobertura informativa suele ser el mejor indicador individual de la relevancia en la agenda pública, su precisión se afina mucho cuando sabemos el grado de necesidad de orientación que tiene el público. La frecuencia de cobertura en los medios informativos explica en parte los efectos de establecimiento de agenda, pero sólo en conjunción con la relevancia psicológica que presentan los temas de la agenda mediática para los miembros del público. La relevancia pública es el resultado combinado de la accesibilidad y de la relevancia personal.

Según Zucher “la experiencia personal acerca de un determinado tema reduciría la capacidad de influencia de los medios de comunicación, mientras que aquellos asuntos que no lo afectan a uno personalmente serían más proclives a seguir los altibajos de la atención prestada por los

media”. (Zucher en McCombs y Evatt, 1995:7). No obstante, la experiencia personal incide en que los ciudadanos incorporen sus propias necesidades al proceso de comunicación:

“Ya que cada uno de nosotros precisamos estar conectados con nuestro entorno, buscamos claves cognitivas o “mapas” del mundo en que vivimos [...] Cuanto más relevante es el material y más personas tienen incertidumbre sobre el asunto, mayor es la necesidad de orientación. Cuanto mayor es la necesidad de orientación, más probabilidad existe de que se vean influidos por los mensajes de los medios de difusión” (McCombs y Evatt, 1995:4).

Los temas experienciales son definidos como aquellos que intervienen en la vida diaria de las personas (información conocida), por lo tanto, la experiencia personal es suficiente para orientar a los individuos frente a la situación que se les presenta. El resultado es una baja necesidad de cualquier tipo de orientación extra, una circunstancia que explica bajas correlaciones entre la agenda mediática y la pública. (McCombs, 2004:125). Las pruebas avalan la premisa teórica de que la necesidad de orientación se satisface en gran parte por medio de encuentros personales con dichos temas, y que los medios de comunicación no son fuentes importantes de influencia. El aumento de exposición a los periódicos y a los telediaros no incrementaba la relevancia de dichos temas entre este grupo. (McCombs, 2004:127).

En los temas no experienciales, la experiencia personal no es suficiente como fuente de orientación. Por tanto la premisa teórica es que la agenda mediática suele ser la fuente primaria de orientación, aquella a la que la gente se vuelve para reducir su incertidumbre (información nueva). (McCombs, 2004:125). Las pruebas respaldan la doble premisa teórica de que la necesidad de orientación se satisface en gran parte a través del uso de los medios de difusión y que el grado de influencia mediática se incrementa con una mayor exposición a ellos. Cuando los temas son no experienciales su relevancia es mayor para los grandes consumidores mediáticos y menor para los ocasionales. (McCombs, 2004:127).

Sin embargo, existen excepciones para las anteriores premisas. Tomemos en consideración la posibilidad de que la experiencia personal en un tema no siempre dé como resultado un nivel satisfactorio de orientación. Se dan considerables diferencias en la cantidad de información que satisface la necesidad de información de cada uno de los individuos. Para algunos, sensibilizados ante un tema, la experiencia personal en un tema, en vez de satisfacer la necesidad de orientación, puede provocar una búsqueda en los medios de comunicación de una mayor información y validación de la importancia social del problema. (McCombs, 2004:129).

A veces, la conversación refuerza el impacto de las agendas mediáticas. En otras ocasiones, la conversación es una fuente conflictiva de orientación que reduce la influencia de los medios de comunicación. (McCombs, 2004:131).

“Los medios de comunicación establecen la agenda cuando tienen éxito a la hora de absorber la atención sobre un problema. Y construyen la agenda pública cuando suministran el contexto que determina la manera en que la gente piensa de un tema y evalúa sus méritos” (McCombs, 2004:152).

En opinión de Gutiérrez Ordoñez (1997:20) para la representación de un mismo acontecimiento caben varias preguntas y en toda pregunta existe una división en dos segmentos informativos: la informa conocida y la información nueva. Lo que va a diferenciar los titulares de los distintos diarios que ofrecen esta información es la diferente pregunta a la que responden. Y en función de esa diferente (hipotética) pregunta cada uno de los periódicos presenta como información nueva o aporta uno de los elementos informativos.

Herbert J. Gans, (1979) afirma que los periodistas valoran la novedad a partir de si esa noticia les resulta nueva a ellos mismos, asumiendo que si así es también resultará para el público. Esta información nueva no responde, en el caso de las noticias a lo que el periodista supone que un lector no sabe, sino más bien a lo que él considera como elemento fundamental de la información.

2.6.4. Los medios de comunicación en campañas electorales.

Las campañas electorales son un encuentro entre información nueva e información conocida. La información conocida estaría ligada al contexto, los conocimientos del ciudadano en relación a ese contexto y las valoraciones sobre los principales actores en campaña, en tanto que la información nueva, tendría que ver con los mensajes que durante la campaña emiten los medios de comunicación, los partidos y los candidatos. A diferencia del ciudadano, los candidatos trabajan con la información conocida para adecuar sus mensajes con el fin de que el encuentro con la información nueva logre ser armonioso de cara al ciudadano y efectivo para sus objetivos (Álvarez López, I., 2004:25).

Los periodos electorales brindan un escenario especialmente intenso para examinar tanto la influencia de las fuentes informativas sobre los medios como la influencia de los medios sobre el público. Las elecciones son un fenómeno político que en la actualidad se han convertido en uno de los más amplios niveles de promoción y difusión en la sociedad a través de los medios de comunicación. (Del Orbe Ayala, 2013: 2). Las elecciones son un aspecto de la realidad y una importante fuente de noticias. Esta es la razón de la elección de los espacios temporales analizados en el presente estudio, coincidentes con las campañas electorales autonómicas de 2007 y 2011, comparándolas con las mismas fechas de los años previos a las mismas.

Las campañas políticas son acontecimientos que tienen el objetivo de hacerse con la agenda mediática para fijar la agenda pública, porque el control de la agenda mediática implica una influencia significativa sobre aquella. Por tanto, los mayores esfuerzos se ejercen para influir en la agenda temática de los medios informativos, porque esos mensajes son percibidos por el electorado como menos interesados y por tanto más creíbles para el público.

En estas ocasiones las principales fuentes informativas son los candidatos que compiten en el debate electoral, así que los medios son los que seleccionan, incluyen o excluyen y dan relevancia a unos u otros mensajes. Por tanto, los políticos diseñan argumentos para posicionarse ante un determinado tema de la agenda de los medios y del público y enmarcar negativamente a sus contrincantes.

En referencia a este asunto, la investigación sobre la *Polarización política y el negativismo mediático en las elecciones municipales y autonómicas de 2011* realizada por Antón Castromil y Palmira Chavero concluye que “la tendenciosidad dominante en la prensa de referencia española es la negatividad, también en elecciones de ámbito autonómico y local. Antes que resaltar las bondades de la opción político-ideológica afín se prefiere el ataque al rival. (Castromil y Chavero, 2012:75).

Una cuestión objeto de debate es quiénes son los auténticos fijadores de la agenda pública, los medios o los responsables de las campañas políticas. “Se han acumulado pruebas abundantes de que la agenda de los medios de difusión configura en buena medida la agenda pública”. (McCombs, 1995:7).

Si las campañas dominan la formación tanto de la agenda mediática como la del público, entonces los medios son sólo la causa próxima de la agenda pública. En Gran Bretaña, los partidos políticos de ámbito estatal han tenido éxito a la hora de hacerse con la agenda mediática. En EEUU, un conjunto diferente de normas periodísticas ha dado como resultado una agenda temática de los medios que sólo se corresponde débilmente con las agendas propuestas por los partidos de ámbito nacional durante la campaña presidencial. Además, son las agendas mediáticas y no las de candidatos las que tienen una mayor influencia sobre la agenda del público. (McCombs, 2004: 211).

“Hay sólidas evidencias de la fuerte influencia que pueden tener las normas periodísticas tanto en la configuración de la agenda temática de los medios como en la posterior agenda temática del público. Se constata la sustancial influencia de los medios informativos como fijadores de la agenda de temas y que en un alto grado es independiente de las campañas políticas”. (McCombs, 2004: 205-206). “Por tanto, los periódicos puedan influir de manera notable en las agendas temáticas de los candidatos, en el enfoque global de las notas de prensa sobre los temas, la imagen personal y los propios aspectos de la campaña electoral”. (Evatt, Dixie y Bell en McCombs, 2004:208).

“También puede suceder las “coaliciones de agenda” entre políticos y periodistas. La misma sociedad en determinados momentos, muchas veces sin saberlo se presta a este juego, por iniciativa propia o por incitación de alguien más. En ese momento, han logrado entrar y unir la agenda de los otros dos a la suya.” (Álvarez López, I., 2004:74).

“El periodismo no está subordinado a la política ni a la inversa, aunque esta situación puede alterarse en función de la naturaleza y la forma que tomen las interrelaciones entre ambos ámbitos”. (Casero, A., 2008:118). “La negociación entre los actores mediáticos y los sujetos políticos se basa en el establecimiento de relaciones de recíproca influencia” (Sorrentino, 2002 en Casero, A., 2008:118). “Los periodistas necesitan de la materia prima proporcionada por los sujetos políticos para elaborar sus noticias y, por ello, les concede el estatus de fuentes informativas privilegiadas” (Tuchman, 1983). “A su vez, al producir y difundir imágenes sobre la política, el periodismo afecta a las modalidades de funcionamiento del sistema político, que debe respetar, aceptar y adaptarse a sus lógicas narrativas y a sus exigencias

técnicas internas si desea relacionarse eficazmente con los aparatos mediáticos, y aprovechar su potencial simbólico en beneficio propio”. (Casero, A., 2008: 118).

“Generalmente los partidos realizan su agenda a partir de intuiciones o encuestas, o de intuiciones apoyadas en encuestas en las que se procura conocer las necesidades de agenda de la población (sobre de qué quiere la gente que se hable)”. (Bouza en Álvarez López, I., 2004:74-75). Álvarez López indica que son los políticos los que en mayor medida colocan los temas de la agenda mediante estrategias específicas y más aún en campaña electoral. (Álvarez López, I., 2004:76).

Sin embargo, “los medios de comunicación no son meros canales. Son más bien co-productores...por lo tanto, no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirla” (Grossi, en Rodrigo, 1989:31).

En toda campaña política se puede dar el encuentro entre diversos *Framings*. Anderson considera que “el *Framing* es el empleo de imágenes, palabras y el contexto para manipular sobre cómo la gente piensa sobre una cuestión. En el verdadero debate político, la gente es expuesta a más de un argumento y los opositores a menudo usan *Framings* que compiten para ganar el apoyo del público”. Anderson identifica esta situación como *Framing* de contexto múltiple. (Anderson en Álvarez López, I., 2004:76).

“Cada una de las opciones se presentará al público con mensajes e información que destaquen los aspectos del tema que son compatibles con sus argumentos en un esfuerzo para aclarar la cuestión al público y el aumentar el apoyo a su política”. (Anderson en Álvarez López, I., 2004:67). “De esta forma, medios, partidos políticos y candidatos pueden hacer un uso estratégico del *Framing* y cabe destacar que para el apoyo a una política u otra, son los valores y la ideología de las personas las que harían efectivo o no un determinado *Framing*”. (Álvarez López, I., 2004:67).

“En toda campaña electoral están en juego diferentes tipos de encuadres y estos compiten entre sí (...) El análisis estratégico de *Framings* lleva a reconocer que, hay más de un modo de contar una historia”. (*The Framework Institute* en Álvarez López, I., 2004:78).

“El uso estratégico del *Framing* en campaña electoral, podría ser definido como la forma de destacar, presentar e interpretar diversos datos sobre un tema; haciendo énfasis en ciertos aspectos, ocultando o matizando otros, recuperando hechos pasados y previendo otros a futuro, a través de diversos argumentos que sean valorados y priorizados por el electorado”. (Álvarez López, I., 2004:81).

Por ejemplo, la experiencia de gestión puede servir como argumento electoral para un candidato y al mismo tiempo como desventaja para los que no cuentan con dicha experiencia. Para la candidatura de gobierno, la elección podría tomar forma de referéndum, mientras que la oposición tratará de hacer ver al votante, los aspectos negativos de la gestión saliente.

En este contexto es en el que la información sobre crisis hospitalarias puede ser utilizada para lograr sus objetivos. Es decir, que se hace uso estratégico de la información conocida y la información nueva respectivamente.

Para Giner “el hombre está constantemente sometido a diferentes tipos de presiones como la del Estado o de los propios medios. Durante una campaña electoral, el individuo cobra conciencia de que es un momento clave para la vida en sociedad. Ante un contexto o situación como esta, que puede ser identificada como de presión institucional, se encontraría en los seres humanos una disposición natural tanto a influir como a ser influenciados”. (Giner en Álvarez López, I., 2004:24).

“En este entorno cabe la posibilidad de que el ciudadano cambie o modifique su valoración sobre cualquier acontecimiento pasado y en consecuencia no sea igual su intención de voto antes que después de la campaña. No obstante también cabe la posibilidad de que los candidatos sean advertidos por el sentir de la opinión pública y cambien o modifiquen su discurso”. (Álvarez López, I., 2004:24).

Entre las consecuencias de los efectos de la fijación de agenda, destaca la preparación previa sobre los puntos de vista que posteriormente guían la opinión pública sobre las figuras públicas. Los medios de difusión hacen mucho más que configurar la agenda de objetos y atributos que llevamos en la cabeza. “Al llamar la atención sobre algunas cuestiones y pasar otras por alto, los medios informativos influyen en las pautas por las que son juzgados los gobiernos, los políticos y los candidatos a un cargo público” (Iyengar y Zinder en McCombs, 2004:232). “A este vínculo entre los efectos del establecimiento de agenda, que da como resultado la relevancia de ciertos temas u otros elementos entre el público y la posterior expresión de opiniones sobre figuras públicas concretas se le llama preparación previa del público” (McCombs, 2004: 232).

La base psicológica de la preparación previa del público es la atención selectiva de éste. Las personas no pueden prestar atención a todo, por lo que hablamos de la capacidad limitada de la agenda del público. Además, al establecer juicios, la gente utiliza normas generales simples y atajos intuitivos. Más que emprender análisis exhaustivos, basados en un acopio total de información, la mayoría de los ciudadanos echan mano de manera rutinaria de aquellos fragmentos de información que resultan particularmente relevantes en el momento en que se ha de emitir el juicio. Los ciudadanos se valen de la agenda de objetos y atributos relevantes que tienen en la mente, esa agenda que establecen en un alto grado los medios de comunicación. Es esa agenda la que determina el criterio o los criterios en los que se basa la opinión. (McCombs, 2004:232).

Es importante resaltar que el efecto de establecimiento de la agenda es decisivo en el ámbito de la política. La diferente jerarquización de los temas puede contribuir a que se modifiquen las preferencias políticas, influyendo en los resultados de las elecciones. Por lo tanto, los partidos políticos y sus candidatos preferirán que, en periodos de campaña electoral, tengan una mayor presencia aquellos temas que el electorado considera significativos y que les sitúan en un lugar

de relativa ventaja con respecto a sus contrincantes, ya que pueden generar cambios en la actitud y valoración de la opinión pública y convertirse en criterios para la conducta electoral.

Así, los responsables de comunicación de los partidos políticos procuran que en la agenda de los medios, estén aquellos temas que provocan que el electorado dé prioridad a determinados atributos y valores en los que ellos se vean beneficiados y que sirvan como marcos interpretativos de la información nueva que se emita en campaña.

Iyengar indica que los candidatos son motivados para introducir y perseguir temas en los cuales ellos disfruten de una ventaja comparativa. El candidato más cercano al votante medio, prefiere dirigir la atención hacia un tema como la sanidad pública en vez de hacia aquellos temas en los que podrían estar más alejados del votante (Iyengar en Álvarez López, I., 2004:90).

La relevancia temática puede ser un importante índice de predicción de las votaciones efectivas de los ciudadanos el día de las elecciones. Más allá de influir en la relevancia de los temas de la agenda pública, a veces la agenda mediática puede dar ventaja a un determinado partido político, debido a que los temas tienen “dueño”. Existe la percepción entre los votantes de que un partido político es más capaz que otro de manejar unos temas determinados. El énfasis en uno de los temas no sólo influye en su relevancia, que es el tradicional efecto del establecimiento de agenda, sino que la relevancia se puede asimismo traducir en conducta: votos para el partido que es dueño del tema. (McCombs, 2004:246).

En la obra colectiva *Periodistas ante conflictos*, Gómez Antón (1999) sostiene que la formación política de la inmensa mayoría de los ciudadanos es sólo la que reciben a través de los medios de comunicación. Precisamente por ello, la labor de los medios es insustituible. La función social de los medios de comunicación es informar y su independencia depende sobre todo de que obtengan beneficios suficientes. La dificultad está en conjugar debidamente negocio y servicio. Abundando en este asunto, Mia Doornaert (1999) afirma que la prensa constituye una parte esencial del debate democrático, de la expresión libre y pluralista de puntos de vista contrarios. Tienen el deber de contribuir a la resolución de conflictos en su sociedad.

Sin embargo, Patterson sostiene que para los reporteros la controversia es el tema real de la política de la campaña. Critica que la prensa se ocupa de acusaciones y contraacusaciones, y rara vez profundiza en los detalles de las posiciones de los candidatos o en las condiciones sociales subyacentes a los problemas políticos. No se trata simplemente de que la prensa menosprecie los asuntos en favor del juego político; los temas, incluso cuando se cubren, se subordinan al drama del conflicto generado entre las partes que se enfrentan. En este sentido la prensa “despolitiza” los temas, tratándolos más como un ritual de la elección que como objetos de un debate serio. (Patterson en McCombs y Evatt, 1995:20).

“Los políticos marcan el ritmo del trabajo de los medios con sus campañas, mensajes y operaciones. Aquí se insertan los análisis del *gatekeeping*, que han tratado de demostrar qué temas de los que aparecen en el espectro social penetran en los medios y cuáles no. Los

teóricos del *Framing* se detienen más en las interrelaciones entre las agendas y su influencia en la configuración del producto informativo”. (Sádaba, 2006:72).

Gómez Antón defiende que los gobernantes saben que la aceptación depende en un alto porcentaje de la buena o mala imagen que los medios de comunicación difundan de ellos o de su labor. El poder de los medios como instrumentos configuradores de la opinión pública es tal, que cualquier político que no sea visceralmente demócrata se sentirá tentado a dominarlos directa o indirectamente”. (Gómez Antón, 1999). “Como en el proceso de selección de información siempre queda algo fuera, los políticos aspiran a dominar los criterios de selección de los medios, asegurándose de que, lo que queda dentro es lo que a ellos les interesa. Se produce entonces una “pugna de enfoques” entre políticos y periodistas”. (Canel, 1999:108).

“¿Cómo es el comportamiento de los medios en esa pugna de enfoques? Meyer afirma que cuando los medios se enfrentan a la información gubernamental reaccionan de modo homogéneo. Todos coinciden en la selección del enfoque, enfoque por supuesto diferente al que quiso dar el político. Pero esta reacción homogénea es sólo aparente. Un análisis más atento de los *frames* muestra que persisten las diferencias, ahora ya más sutiles, entre los enfoques de los medios de comunicación” (Meyer en Canel, 1999:109).

El *Framing* es un proceso central por el que políticos y periodistas ejercen el poder político entre ellos y sobre el público. Dada su importancia, la mayoría de los actores son activos a la hora de definir la realidad social. Por eso, sobre la mayoría de asuntos se establece una lucha de *frames*, puesto que concurren dos o más interpretaciones que pretenden consolidarse como la explicación más sólida de esos hechos. Parece, en ese sentido, que ante un determinado tema siempre se pueden encontrar varios *frames* que pugnan en paridad. Pero Entman señala que eso casi nunca funciona así. El autor traza una línea continua que se extiende desde el extremo izquierdo, que significa el dominio total de un *frame*, al extremo derecho que simboliza la paridad total. En medio, se sitúa la posibilidad de que exista uno o varios *frames* que luchen contra la versión oficial aunque lo hagan en desigualdad (Entman en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:441).

El ideal de prensa libre se fundamenta sobre la paridad total, pero “eso es la excepción, no la regla”. Lo más común es situarse entre el dominio total de un *frame* y una ligera contestación, puesto que para alcanzar la situación óptima no es suficiente que la noticia recoja, junto a la versión oficial, algunos elementos de información crítica. Para alcanzar la paridad debe ofrecerse un *contraframe*, es decir, una narrativa completa, de modo que la alternativa ofrezca una propia definición del problema, sugerencia de causas, remedios y evaluación. (Entman en Bartolomé Castro y Rodríguez-Virgili, 2012:441).

Sin embargo, “los activistas sociales no pueden construir *frames* desafiantes en el vacío, los movimientos son producto del contexto social y político en el cual surgen. Como resultado, los cambios en los *frames* dependen en gran medida del clima político. Del mismo modo, los medios deben recoger estos criterios sociales para que sus noticias sean comprendidas y

aceptadas por sus receptores. Por tanto, los *frames* no son determinados por los periodistas ni por los medios ni por los actores políticos. Los *frames* de un tema son las características del discurso social con respecto al tema en cuestión” (Meyer en Amadeo, 2002:8).

3. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

3.1. ELECCIÓN DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

3.2. RESULTADOS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

3.1. Elección de categorías de análisis

Lo primero fue identificar las principales categorías que surgían de la cobertura informativa de los diarios El País, El Mundo y ABC durante los ocho periodos seleccionados. Así se determinaron las siguientes categorías en las que se fueron ubicando las noticias seleccionadas de los tres diarios.

3.1.1. Carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia

Se ha valorado si el hecho narrado tiene carácter positivo, negativo o neutro, desde la perspectiva de los gestores de los hospitales. Una noticia se considera de carácter positivo si el suceso o sus posibles consecuencias son catalogadas como deseables para los directivos de los hospitales (por ejemplo, informaciones sobre una nueva técnica quirúrgica). Una noticia ha sido evaluada de carácter negativo si el suceso en sí o sus posibles consecuencias son clasificadas como no deseables para los directivos de los hospitales (por ejemplo, listas de espera o errores médicos). Finalmente, una noticia tiene carácter neutro si en el relato de los hechos no se destaca ni causas ni consecuencias negativas o positivas para los responsables hospitalarios.

3.1.2. Tema principal de la noticia

Se han establecido nueve tipos de temas de la noticia, que en su interpretación negativa darían lugar a crisis hospitalarias en función de las causas que las han provocado, una de de las condiciones que Entman establece para concretar los frames. Según Entman (1993:52) el proceso de enmarcado massmediático de las situaciones sociales es: “Seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y destacarlos en el texto comunicado, de tal modo que promueva una específica definición de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o la recomendación de un tratamiento para la información descrita”. Estas son:

3.1.2.1. Conflictos laborales

Son aquellas provocadas por huelgas y reivindicaciones de tipo laboral por parte del personal de los hospitales, ya sea sanitario o de otro tipo.

3.1.2.2. Errores médicos

Son aquellas cuyas causas son un fallo cometido por el personal sanitario de los hospitales con resultado de muerte o agravamiento de una dolencia.

3.1.2.3. Salud Pública

Aquellas noticias relativas a aspectos médicos y/o éticos que determinan las políticas sanitarias de un gobierno.

3.1.2.4. Recursos Técnicos

Se refiere a aquellas crisis causadas por la falta de algún recurso técnico necesario para el correcto funcionamiento de una institución hospitalaria.

3.1.2.5. Urgencias

Son aquellas noticias que se publican relativas a los colapsos y esperas temporales y/o espaciales que existen en los servicios de urgencias de los hospitales.

3.1.2.6. Listas de espera

Son aquellas que provocan un perjuicio a los pacientes derivados del tiempo que tienen que esperar para someterse a un acto médico.

3.1.2.7. Inauguraciones

Son aquellas en las que una inauguración precipitada, habitualmente por intereses políticos, perjudica a los pacientes de la institución y daña su imagen.

3.1.2.8. Incompatibilidades

Son aquellas que padece una institución hospitalaria cuando uno de sus directivos incurre en una falta de incompatibilidad profesional establecida por la ley o por códigos éticos.

3.1.2.9. Colapsos hospitalarios

Se refiere a las crisis que provoca la saturación de un centro sanitario por diferentes razones como un mal dimensionamiento del personal médico, un exceso de pacientes u otras, que provoca la falta de atención adecuada a los usuarios.

3.1.2.10. Área única sanitaria

Son aquellas noticias que tienen que ver con la la unificación de todas las áreas sanitarias que permitirá a los ciudadanos la libre elección de médico y centro sanitario.

3.1.2.11. Otros

En este apartado se han incluido todas aquellas noticias que no admitían ser clasificadas en ninguno de los apartados anteriores

3.1.3. Institución protagonista de la noticia

Se han clasificado las noticias hospitalarias en la Comunidad Autónoma de Madrid en tres categorías:

3.1.3.1. Hospitales públicos

Cuando en la noticia se hace mención expresa a algún hospital de propiedad pública de la Comunidad Autónoma de Madrid.

3.1.3.2. Hospitales privados

Cuando en la noticia se hace mención expresa a algún hospital de propiedad privada ubicado en la Comunidad.

3.1.3.3. Temas genéricos

Cuando las noticias están relacionadas con sucesos ocurridos o que afectan directamente a los hospitales pero no se menciona explícita y/o concretamente ninguno de ellos. En esta categoría se han incluido las noticias referentes al Hospital Gómez Ulla, por no tener las competencias transferidas a la CAM, al futuro Hospital de Carabanchel, por ser un proyecto y la Agencia Laín Entralgo, por no ser un hospital.

3.1.4. Fuentes mencionadas en la noticia

Hemos considerado fuente periodística todo aquel emisor de datos, entidad, persona o documento mencionados en las noticias analizadas. Por tanto, en este nivel de investigación hemos tenido que reducirlas a las fuentes públicas, es decir, aquellas que puede identificarse y definirse como origen o complemento de la información, de atribución directa. Hemos incluido tanto fuentes primarias como secundarias. Se han clasificado las fuentes en cuatro categorías:

3.1.4.1. Fuentes hospitalarias

- **Dirección:** Se corresponden con la interpretación oficial de la institución. La información se suele recoger de notas de prensa y documentación facilitada por el departamento de comunicación del hospital. Por ejemplo, *El gerente del Ramón y Cajal asegura que el problema no está afectando la atención en las urgencias*. (El País, 2008).
- **Empleados médicos:** Son declaraciones del personal médico de los hospitales.
- **Otros empleados:** Son manifestaciones que realiza personal no sanitario del centro sanitario.
- **Sindicatos:** Organizaciones sindicales que representan a los trabajadores de los hospitales.

- **Otros:** Aquellas asociaciones que tienen una relación directa con los hospitales.

3.1.4.2. Pacientes y familiares

Son los testimonios de pacientes u otras personas que los representan tanto a nivel particular como asociativo.

3.1.4.3. Administraciones Públicas

- **Autonómica:** Aquellas que ofrecen información oficial de las autoridades autonómicas de la Comunidad de Madrid, como las consejerías, habitualmente la de Sanidad y la presidencia del gobierno autonómico, así como las declaraciones de sus representantes.
- **Central:** Aquellas que ofrecen información oficial de las autoridades del Gobierno Central del estado, como los ministerios y la presidencia del gobierno, así como las declaraciones de sus representantes.
- **Resoluciones Judiciales:** Sentencias y resoluciones judiciales.
- **Otros:** Declaraciones y documentos proporcionados por otros estamentos de la administración pública como pueden ser autoridades municipales.

3.1.4.4. Partidos Políticos

- **Partido Popular:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros del PP.
- **Partido Socialista Obrero Español:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros del PSOE.
- **Izquierda Unida:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros de IU.
- **Otros:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros de otros partidos políticos.

3.1.4.5. Otros

Todas aquellas manifestaciones o documentos realizados por cualquier persona o entidad no contemplada en alguna de las categorías analizadas. Hemos incluido en este apartado las agencias de noticias.

3.1.5. Posición y elementos iconográficos en la noticia

3.1.5.1. Sección de publicación de la noticia

Se ha determinado la sección en la cual aparecen las noticias, que son Madrid (suplementos diarios de información local), España (noticias de ámbito nacional) y Sociedad. Se ha

descartado el análisis de otros suplementos de estos diarios, ya sean específicos de salud o de otro tipo.

3.1.5.2. Aparece en la portada

La portada recoge lo más importante. Esa importancia puede venir determinada por lo que interesa a los propios periodistas, por lo comercial que sea la información o por lo que pueda servir para orientar a la opinión pública.

3.1.5.3. Abre sección

3.1.5.4. Página en la que aparece

El lugar de emplazamiento de una noticia implica una valoración y una forma de opinar. Lo que se sitúa en página impar y en la parte superior tiene mayor repercusión que lo que se sitúa abajo en una página par.

3.1.5.5. Tamaño de la noticia

Dependiendo del nivel de espacio utilizado para las informaciones, los medios, seleccionan y priorizan los temas tratados. Se le otorga mayor importancia cuantas más líneas y columnas ocupa. Por tanto, el cuerpo de la noticia será mayor cuanto más importante sea considerada la noticia por el periódico:

- Menos de un cuarto de página.
- Entre uno y dos cuartos de página.
- Entre dos y tres cuartos de página.
- Más de tres cuartos de página pero no completa.
- Página completa o mayor.

3.1.5.6. Ilustrada con foto

3.1.5.7. Ilustrada con gráfico

Los textos periodísticos con elementos iconográficos, como las fotografías y los gráficos, tienen más importancia que los que no lo llevan, lo que significa que los diarios se valen de estos recursos para ofrecer relevancia a ciertos temas, y llamar la atención de sus lectores, cumpliendo así con una de las características de la agenda y el *framing*, que establece la forma en que los diarios presentan los temas.

3.1.6. Herramientas de análisis

Como consecuencia de esta elección categorial se ha diseñado una ficha de análisis, de sencilla cumplimentación, que permita catalogar cada una de las 150 noticias seleccionadas (Consultar Anexo).

Una vez completada la ficha se procede a volcar los datos en plantillas Microsoft Excel.

Estas se han estructurado de manera que se pueda analizar la totalidad de las noticias desde la perspectiva de cada uno de los tres soportes y de cada uno de los ocho periodos temporales. Además, desde los valores absolutos obtenidos de la ficha de análisis, se han calculado los porcentajes respecto al total de las noticias y respecto a cada una de las categorías anteriormente señaladas a la que pertenece cada noticia.

3.2. Resultados categorías de análisis

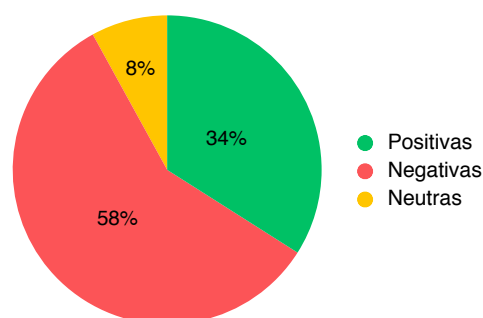
3.2.1. Carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia

Se ha valorado si el hecho narrado tiene carácter positivo, negativo o neutro, desde la perspectiva de los gestores de los hospitales. Una noticia se considera de carácter positivo si el suceso o sus posibles consecuencias son catalogadas como deseables para los directivos de los hospitales (por ejemplo, informaciones sobre una nueva técnica quirúrgica). Una noticia ha sido evaluada de carácter negativo si el suceso en sí o sus posibles consecuencias son clasificadas como no deseables para los directivos de los hospitales (por ejemplo, listas de espera o errores médicos). Finalmente, una noticia tiene carácter neutro si en el relato de los hechos no se destaca ni causas ni consecuencias negativas o positivas para los responsables hospitalarios.

De las 150 noticias analizadas, 51 han sido clasificadas como positivas (34%), 87 como negativas (58%) y 12 como neutras (8%).

Gráfico 1: Carácter valorativo acontecimiento principal de la noticia.

Positivas	51	34 %
Negativas	87	58 %
Neutras	12	8 %
TOTAL	150	100 %

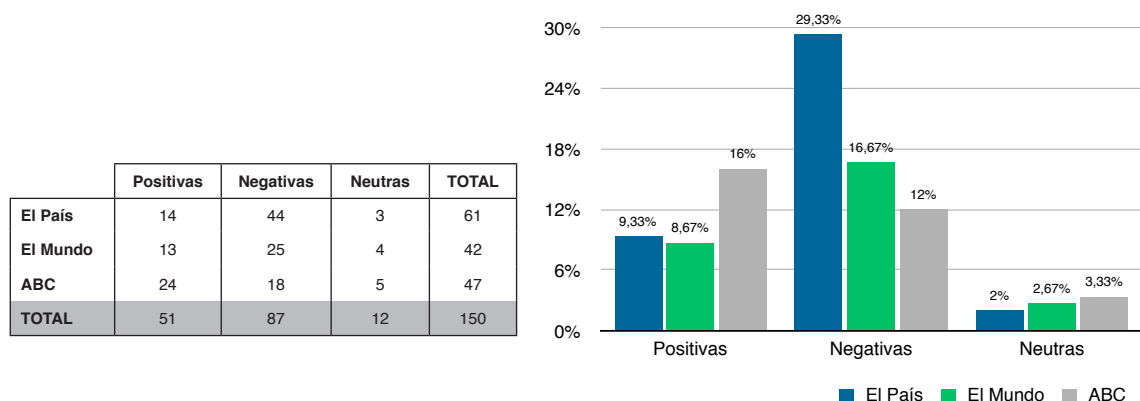


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.1. Por soportes respecto al total de noticias publicadas

En los ocho periodos analizados, El País publicó 61 noticias relacionadas con hospitales (40,67% del total), de las cuales 14 (9,33%) fueron positivas, 44 negativas (29,33%) y 3 neutras (2%); El Mundo publicó 42 noticias relativas al tema hospitalario (28%) de las cuales 13 (8,67%) fueron positivas, 25 (16,67%) fueron negativas y se clasificaron como neutras 4 (2,67%); ABC publicó 47 noticias sobre hospitales (31,33%), de las cuales 24 (16%) fueron positivas, 18 (12%) fueron negativas y 5 (3,33%) son catalogadas como neutras.

Gráfico 2: Por soportes respecto al total de noticias publicadas.

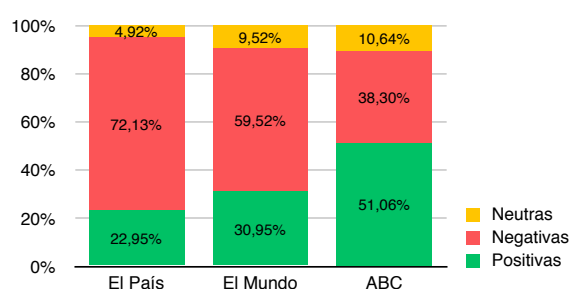


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.2. Por soportes respecto al total de noticias publicadas por cada uno de los periódicos

En los ocho periodos analizados, El País publicó 61 noticias relacionadas con hospitales, de las cuales 14 (22,95%) fueron positivas, 44 negativas (72,13%) y 3 neutras (4,92%); El Mundo publicó 42 noticias relativas al tema hospitalario de las cuales 13 (30,95%) fueron positivas, 25 (59,52%) fueron negativas y se clasificaron como neutras 4 (9,52%); ABC publicó 47 noticias sobre hospitales, de las cuales 24 (51,06%) fueron positivas, 18 (38,3%) fueron negativas y 5 (10,64%) son catalogadas como neutras.

Gráfico 3: Por soportes respecto al total de noticias publicadas por cada uno de los periódicos.

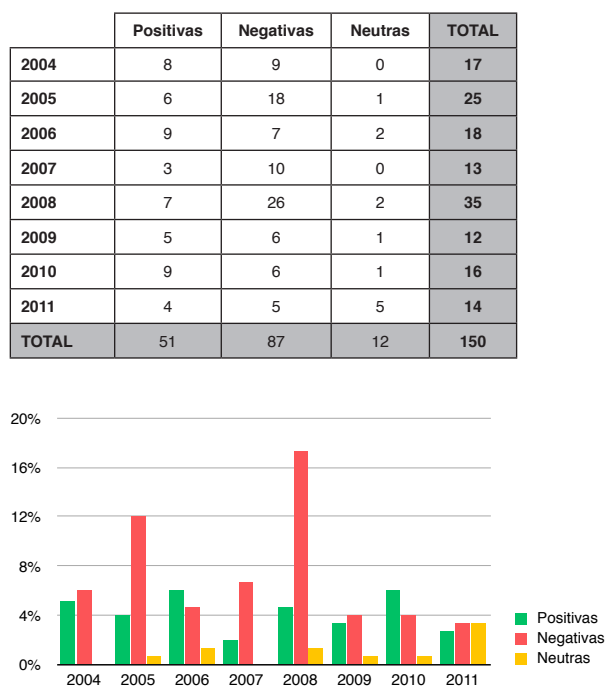


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas

Teniendo en cuenta los tres diarios analizados, en el año 2004, se publicaron 17 noticias (11,33% del total), de las cuales 8 (5,13%) fueron positivas, 9 (5,33%) negativas y ninguna neutra. El año 2005 se publicaron 25 noticias (16,67% del total), 6 (4%) positivas, 18 (12%) negativas y 1 (0,67%) neutra. En 2006 cambia la tendencia y, de las 18 noticias publicadas (12% del total), 9 (6%) fueron positivas, 7 (4,67%) negativas y 2 (1,33%) neutras. En el año 2007 se publican 13 noticias (8,67% del total), de las cuales 3 (2%) son positivas, 10 (6,67%) negativas y ninguna neutra. En 2008, aumenta significativamente el número de noticias publicadas, 35 (23,33% del total), repartidas de la siguiente manera: 7 (4,67%) positivas, 26 (17,33%) negativas y 2 (1,33%) neutras. El periodo temporal estudiado de 2009 da los siguientes datos: 12 noticias publicadas (8%), de las cuales 5 (3,33%) son positivas, 6 (4%) negativas y 1 (0,67%) neutras. En 2010 aparecen 16 (10,67%) noticias, de las cuales 9 (6%) son positivas, 6 (4%) son negativas y 1 (0,67%) neutras. Por último, en 2011 se publican 14 (9,33%) noticias relacionadas con hospitales. De ellas, 4 (2,67%) fueron positivas, 5 (3,33%) negativas y 5 (3,33%) neutras.

Gráfico 4: Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas.



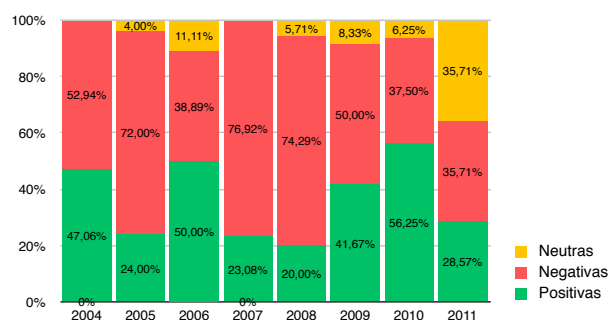
Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas en cada uno de ellos

Respecto a la relación dentro de un mismo periodo temporal, en 2004, las positivas supusieron el 47,06% con respecto a las negativas que fueron del 52,94%. En 2005, las positivas supusieron el 24%, las negativas el 72% y las neutras el 4%. En 2006, las positivas son más numerosas, con el 50% respecto a las negativas que representan el 38,89%. Se completa el total con las neutras que son el 11,11%. En 2007, año electoral autonómico, el porcentaje de positivas es del 23,08%, de negativas del 76,92%. No hay neutras. En 2008 se publican el 20% de positivas, el 74,29% de negativas y el 5,71% de neutras. El periodo temporal de 2009, las noticias negativas suponen un 50% de las noticias publicadas, las positivas el 41,67% y las neutras son el 8,33%. En 2010 las noticias negativas alcanzan el 37,50%, las positivas el 56,25% y las neutras el 6,25%. En 2011 el porcentaje de positivas es de 28,57 y los de negativas y neutras es el mismo; 35,71%.

Gráfico 5: Por periodos temporales respecto al total de noticias publicadas en cada uno de ellos.

	Positivas	Negativas	Neutras	TOTAL
2004	8	9	0	17
2005	6	18	1	25
2006	9	7	2	18
2007	3	10	0	13
2008	7	26	2	35
2009	5	6	1	12
2010	9	6	1	16
2011	4	5	5	14
TOTAL	51	87	12	150

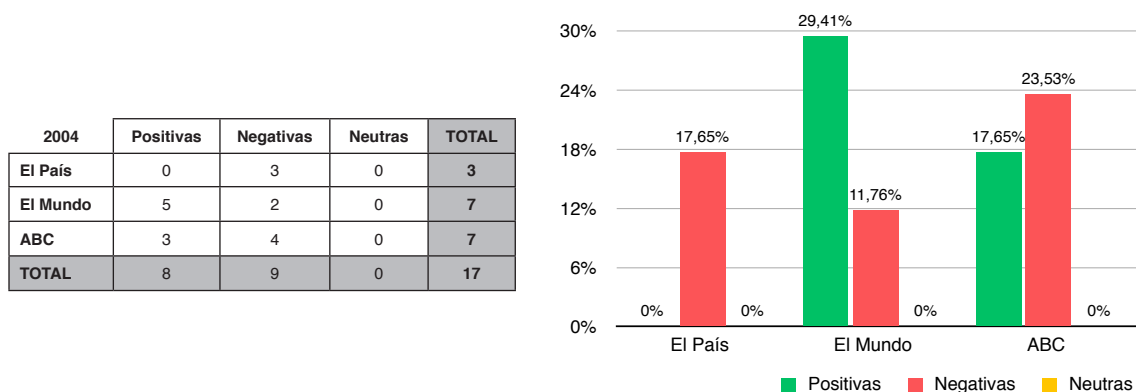


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.5. Por soportes en el periodo temporal de 2004

En el periodo analizado del año 2004, de las 17 noticias relacionadas con hospitales, El País publicó 3 noticias negativas, que representa el 17,6% del total de ese año. No publica ni positivas ni neutras. El Mundo publica 5 (29,4%) positivas y 2 (11,7%) negativas. ABC publica 3 (17,6%) positivas y 4 (23,5%) negativas. Tampoco ninguno de estos publica noticias neutras.

Gráfico 6: Por soportes en el periodo temporal de 2004

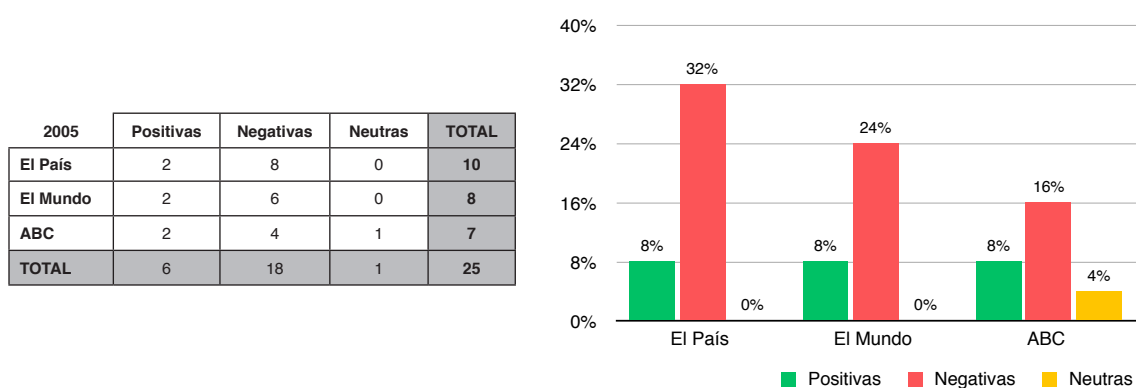


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.6. Por soportes en el periodo temporal de 2005

El año 2005 se publicaron 25 noticias sobre el mismo tema. De ellas, en El País aparecieron 2 (8%) positivas y 8 (32%) negativas. En el Mundo 2 (8%) positivas y 6 (24%) negativas. Ninguno de los dos publica neutras. ABC publica 2 (8%) positivas, 4 (16%) negativas y 1 (4%) neutra.

Gráfico 7: Por soportes en el periodo temporal de 2005.

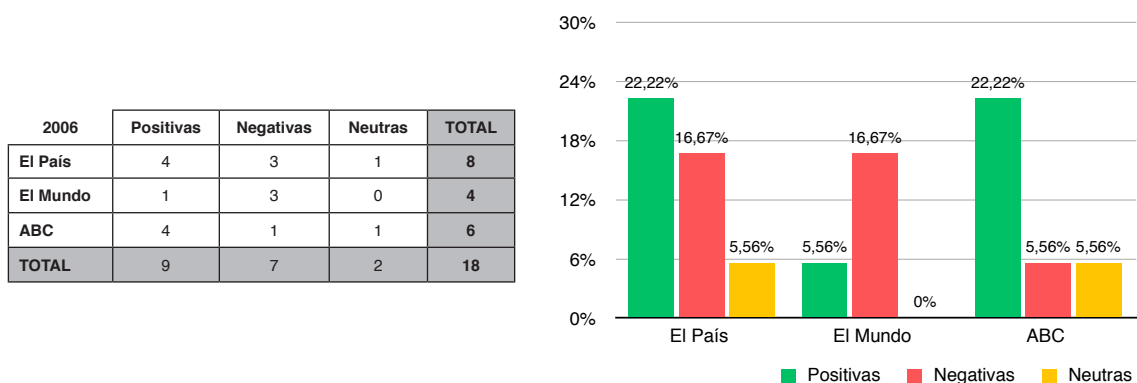


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.7. Por soportes en el periodo temporal de 2006

El año 2006, 18 fueron las noticias publicadas, de las cuales El País sacó 4 (22,2%) positivas, 3 (16,6%) negativas y una neutra (5,5%). En El Mundo aparecen 1 (5,5%) positiva y 3 (16,6%) negativas y en ABC 4 (22,2%) positivas, 1 (5,5%) negativa y 1 (5,5%) neutra.

Gráfico 8: Por soportes en el periodo temporal de 2006.

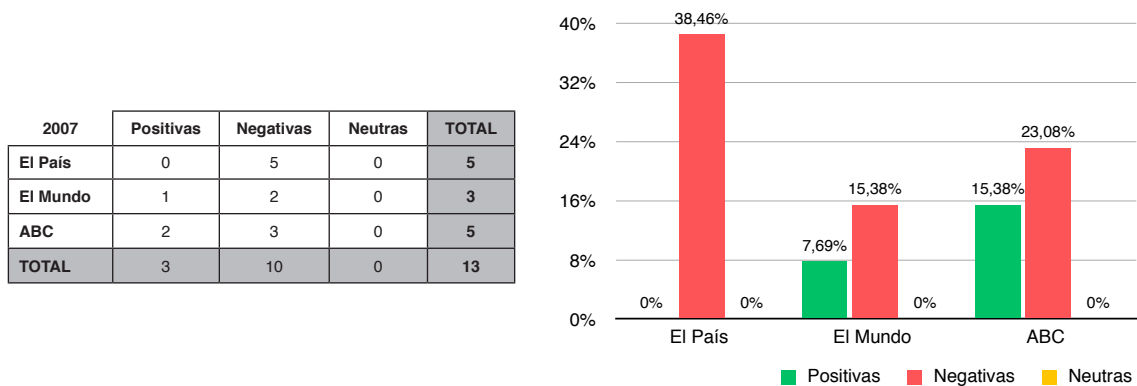


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.8. Por soportes en el periodo temporal de 2007

Durante el periodo del 2007 (año electoral local y autonómico) se publicaron 13 noticias, de las que El País es responsable de 5 (38,5%) negativas, El Mundo de 1 (7,7%) positiva y 2 (15,4%) negativas y ABC de 2 (15,4%) positivas y 3 negativas (23,1%).

Gráfico 9: Por soportes en el periodo temporal de 2007.

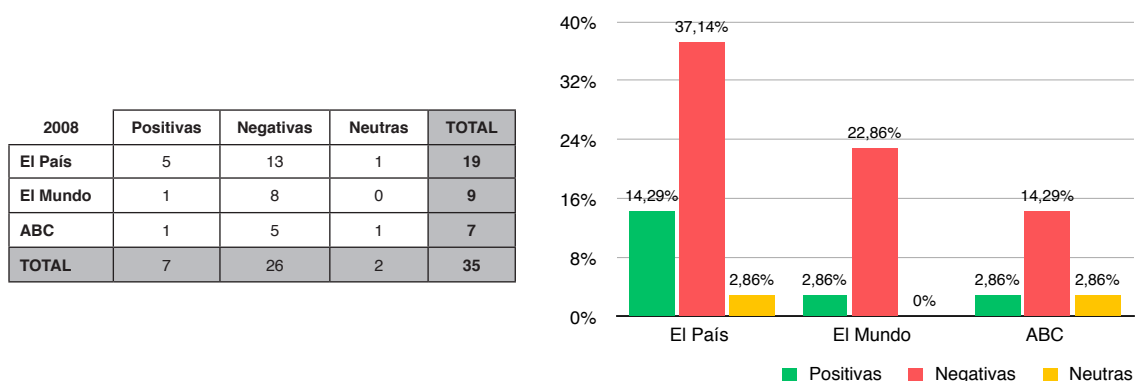


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.9. Por soportes en el periodo temporal de 2008

En el 2008 se publicaron 35 noticias. 5 (14,3%) positivas, 13 (37,1%) negativas y 1 (2,9%) neutra en El País; 1 (2,9%) positivas, 8 (22,9%) negativas y ninguna neutra en El Mundo y 1 (2,9%) positiva, 5 (14,3%) negativas y 1 (2,9%) neutra en ABC.

Gráfico 10: Por soportes en el periodo temporal de 2008.

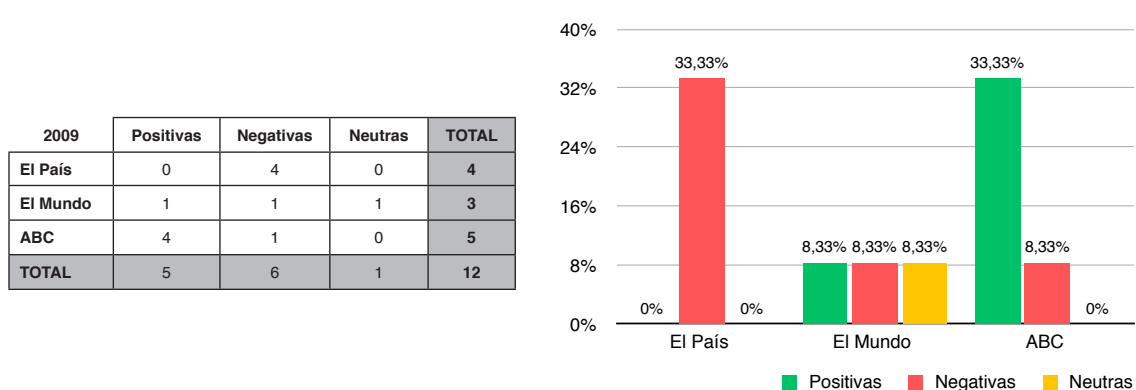


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.10. Por soportes en el periodo temporal de 2009

En el periodo analizado del año 2009, de las 12 noticias relacionadas con hospitales, El País publicó 4 noticias negativas, que representa el 33,3% del total de ese año. No publica noticias positivas. El Mundo publica 1 (8,33%) positiva y 1 (8,33%) negativa y una neutra (8,33%). ABC publica 4 positivas (33,3%) y 1 (8,33%) negativa.

Gráfico 11: Por soportes en el periodo temporal de 2009.

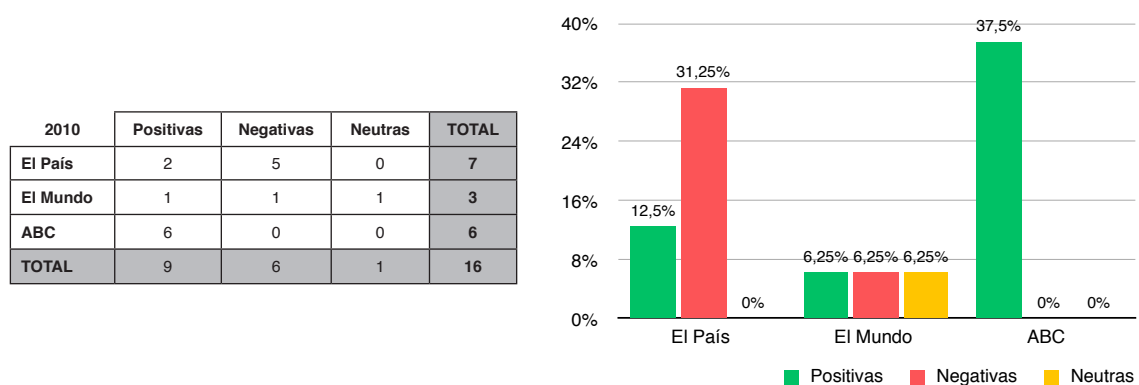


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.11. Por soportes en el periodo temporal de 2010

El año 2010 se publicaron 16 noticias sobre el mismo tema. De ellas, en El País aparecieron 2 positivas (12,5%) y 5 (31,25%) negativas. En el Mundo, una de cada una de las categorías (6,25%) cada una. ABC publica 6 (37,5%) positivas. No aparecen ni negativas ni neutras.

Gráfico 12: Por soportes en el periodo temporal de 2010.

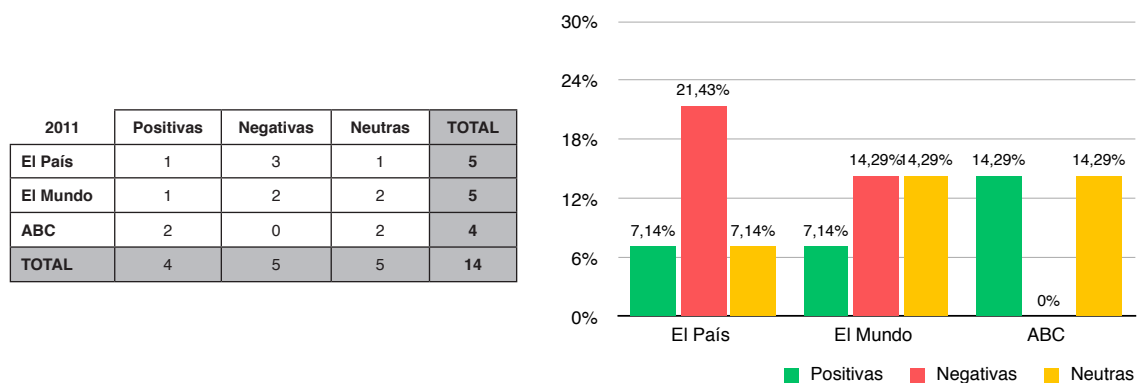


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.12. Por soportes en el periodo temporal de 2011

Durante el periodo del 2011 se publicaron 14 noticias, de las que El País es responsable de 1 positiva (7,1%), 3 negativas (21,4%) y una (7,1%) neutra; El Mundo de 1 (7,1%) positiva, 2 (14,3%) negativas y 2 (14,3%) neutras y ABC de 2 (14,3%) positivas y 2 neutras (14,3%).

Gráfico 13: Por soportes en el periodo temporal de 2011.

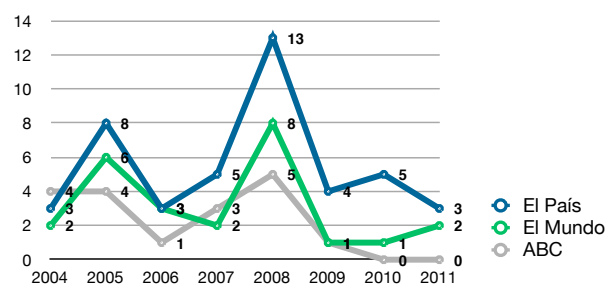


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.13. Por soportes y periodos temporales

Gráfico 14: Noticias negativas en valores absolutos.

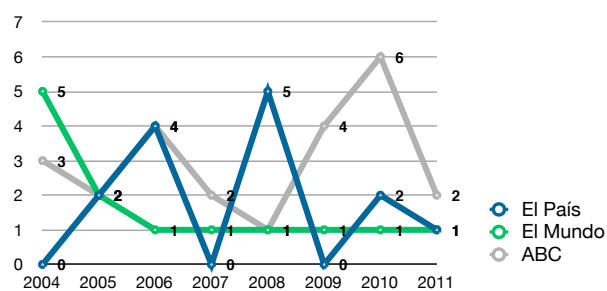
	Negativas
2004	9
2005	18
2006	7
2007	10
2008	26
2009	6
2010	6
2011	5
TOTAL	87



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 15: Noticias positivas en valores absolutos.

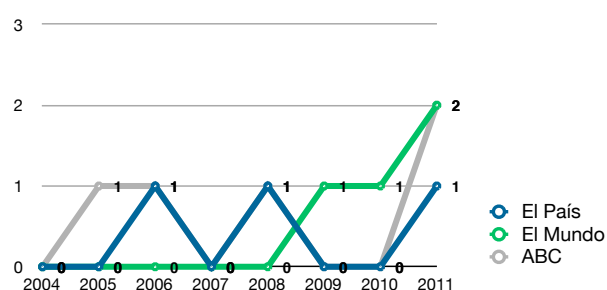
	Positivas
2004	8
2005	6
2006	9
2007	3
2008	7
2009	5
2010	9
2011	4
TOTAL	51



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16: Noticias neutras en valores absolutos.

	Neutras
2004	0
2005	1
2006	2
2007	0
2008	2
2009	1
2010	1
2011	5
TOTAL	12



Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.14. Conclusiones: carácter valorativo del acontecimiento principal de la noticia

- Los resultados muestran que la mayoría de las noticias publicadas (58%) tienen un carácter valorativo negativo
- El País fue el que más noticias publicó sobre asuntos hospitalarios (40,67%), seguido por ABC (31,33%) y el Mundo (28%)
- El único diario que publica más noticias positivas (51%) que negativas (38%) es ABC, que sigue esta tendencia en los periodos de 2006, 2009, 2010 y 2011, mientras que en El País sólo es así en el de 2006 y en El Mundo en el de 2004.
- En los periodos analizados de 2006 y 2010 las noticias de carácter positivo superan a las que tienen connotación negativa (50% y 56,25% respectivamente)
- Los periodos temporales en los que más noticias sobre temas relacionados con hospitales se publican son 2005 (16,67%) y 2008 (23,33%). Además la proporción de negativas sobre positivas es muy alta (72 % y 74% respectivamente)
- El periodo analizado de 2007, que se corresponde con la campaña electoral, es en el que la proporción de negativas (76,92%) sobre positivas es mayor. Esto se debe a que El País únicamente publicó noticias de carácter negativo y tanto en el caso de El Mundo como de ABC estas superan a las positivas, aunque sólo en 1 en cada diario.
- Sin embargo, en el periodo de 2011 es mayor el número de positivas y neutras que el de negativas que sólo suponen el 35,7% del total de ese año. Sólo en el caso de El País el número de negativas supera al de positivas y neutras. ABC no publica ninguna negativa.

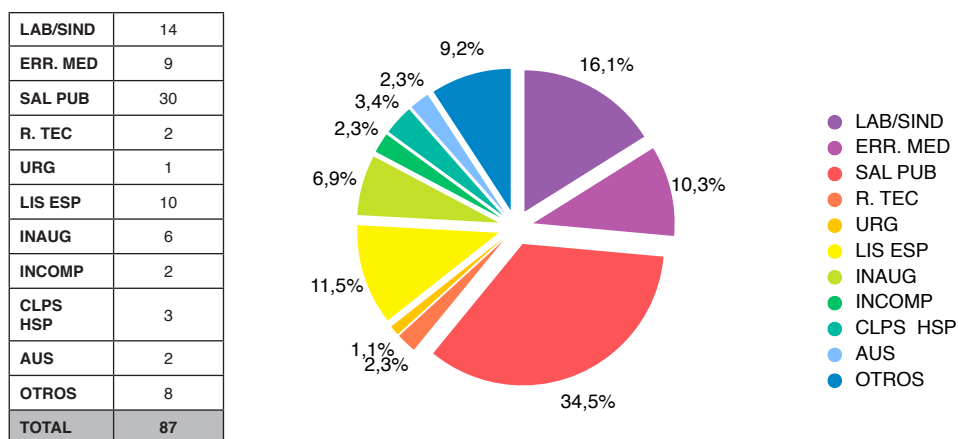
3.2.2. Tema principal de la noticia

Se han establecido once tipos de temas de la noticia, que en su interpretación negativa darían lugar a crisis hospitalarias en función de las causas que las han provocado, primera de las funciones que Entman establece para concretar los *frames*. Estas son:

- **Conflictos Laborales:** Son aquellas provocadas por huelgas y reivindicaciones de tipo laboral por parte del personal de los hospitales, ya sea sanitario o de otro tipo. Por ejemplo, “Los médicos de Urgencias, al filo de la huelga” (ABC, 2005).
- **Errores Médicos:** Son aquellas cuyas causas son un fallo cometido por el personal sanitario de los hospitales con resultado de muerte o agravamiento de una dolencia. Como ejemplo, “Una mujer muere en una clínica por una reacción alérgica” (El País, 2005).
- **Salud Pública:** Aquellas noticias relativas a aspectos médicos y/o éticos que determinan las políticas sanitarias de un gobierno. Como ejemplo, “La reforma pendiente de la comida hospitalaria” (El País, 2004) o “Las CCAA socialistas tienen mejor sistema de salud, dice un informe” (El Mundo, 2005).
- **Recursos Técnicos:** Se refiere a aquellas crisis causadas por la falta de algún recurso técnico necesario para el correcto funcionamiento de una institución hospitalaria. Como ejemplo, “Atasco diario en el Ramón y Cajal” (El Mundo 2008).
- **Urgencias:** Son aquellas noticias que se publican relativas a los colapsos y esperas temporales y/o espaciales que existen en los servicios de urgencias de los hospitales. Como ejemplo, “Los sindicatos denuncian el colapso en urgencias del hospital de Móstoles” (El País, 2005).
- **Listas de Espera:** Son aquellas que provocan un perjuicio a los pacientes derivados del tiempo que tienen que esperar para someterse a un acto médico. Como ejemplo, “Sanidad reconoce que 100.000 pacientes están pendientes de prueba diagnóstica” (ABC, 2004) o “UGT acusa a Lamela de ser poco efectivo ante las listas de espera” (El País, 2006).
- **Inauguraciones:** Son aquellas en las que una inauguración precipitada, habitualmente por intereses políticos, perjudica a los pacientes de la institución y daña su imagen. Como ejemplo, “Otro hospital (in)acabado de Aguirre” (El País, 2007) o “Inauguraciones en vilo” e “IU denuncia a Aguirre a la Junta Electoral” (El Mundo, 2007).
- **Incompatibilidades:** Son aquellas que padece una institución hospitalaria cuando uno de sus directivos incurre en una falta de incompatibilidad profesional establecida por la ley o por códigos éticos. Algunas de ellas fueron las siguientes: “Un alto cargo de Aguirre vulnera la Ley e Incompatibilidades” (El País, 2005) y “Un alto cargo de la Comunidad incurre en incompatibilidad” (El Mundo, 2005).

- **Colapsos Hospitalarios:** Se refiere a las crisis que provoca la saturación de un centro sanitario por diferentes razones como un mal dimensionamiento del personal médico, un exceso de pacientes u otras, que provoca la falta de atención adecuada a los usuarios. Algunos ejemplos son: “Los nuevos hospitales advierten de un “colapso” si no reciben más dinero” (El País, 2011); “Los nuevos hospitales no se colapsarán en absoluto” (El Mundo, 2011).
- **Área Única Sanitaria:** Son aquellas noticias que tienen que ver con la decisión por parte del gobierno regional de unificar todas las áreas sanitarias en las que se dividía el sistema de la Comunidad de Madrid hasta 2009 que permitirá la libre elección de médico y centro por parte de los ciudadanos. “La libre elección de médico se retrasa hasta el otoño”. (El País, 2009)
- **Otros:** En este apartado se han incluido todas aquellas noticias que no admitían ser clasificadas en ninguno de los apartados anteriores, como por ejemplo, “Aguirre ya tenía una oferta de Interior cuando pidió el hospital en Carabanchel” o “1.000 personas piden un hospital en la vieja cárcel de Carabanchel” (El País, 2008).

Gráfico 17: Tema principal de las noticias negativas.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 18: Tipo de crisis por periodo temporal.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
LAB/SIND	2	2	1	0	7	1	1	0	14
ERR. MED	1	4	0	0	3	0	1	0	9
SAL PUB	2	7	4	3	9	3	2	0	30
R. TEC	0	0	0	1	1	0	0	0	2
URG	0	1	0	0	0	0	0	0	1
LIS ESP	4	1	2	1	0	0	1	1	10
INAUG	0	0	0	5	1	0	0	0	6
INCOMP	0	2	0	0	0	0	0	0	2
CLPS HSP	0	0	0	0	0	0	0	3	3
AUS	0	0	0	0	0	1	1	0	2
OTROS	0	1	0	0	5	1	0	1	8
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

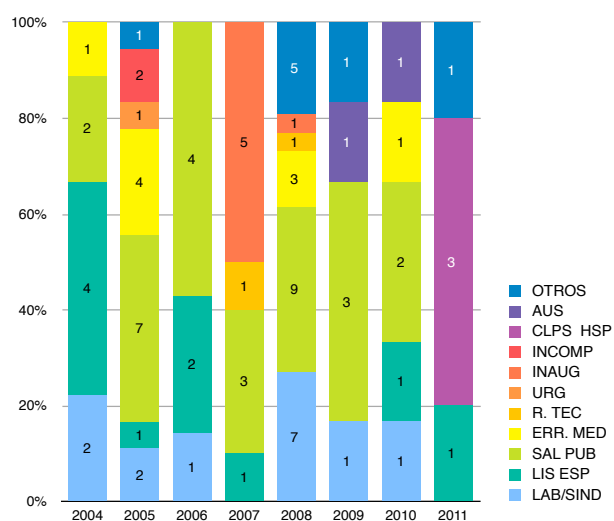
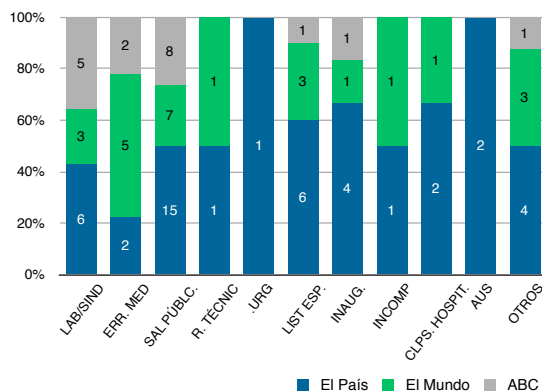
**Fuente:** Elaboración propia.

Gráfico 19: Tipo de crisis por soporte.

	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
LAB/SIND	2	2	1	14
ERR. MED	1	4	0	9
SAL PUB	2	7	4	30
R. TEC	0	0	0	2
URG	0	1	0	1
LIS ESP	4	1	2	10
INAUG	0	0	0	6
INCOMP	0	2	0	2
CLPS HSP	0	0	0	3
AUS	0	0	0	2
OTROS	0	1	0	8
TOTAL	9	18	7	87



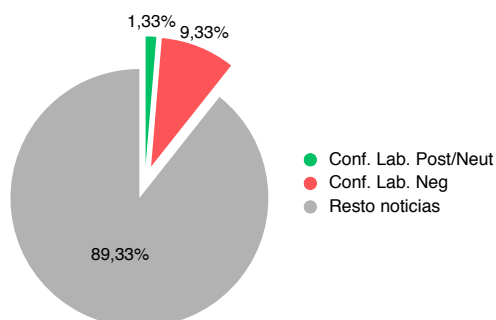
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.1. Conflictos laborales

En el universo analizado se han publicado 16 noticias de este tipo, de las cuales 14 (87,5%) tienen un enfoque negativo. Sobre el total de noticias publicadas, aquellas relacionadas con los conflictos laborales son el 10,66%, un 1,33% con carácter positivo o neutro y 9,33% negativo

Gráfico 20: Conflictos laborales I.

Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
14	2	16	134

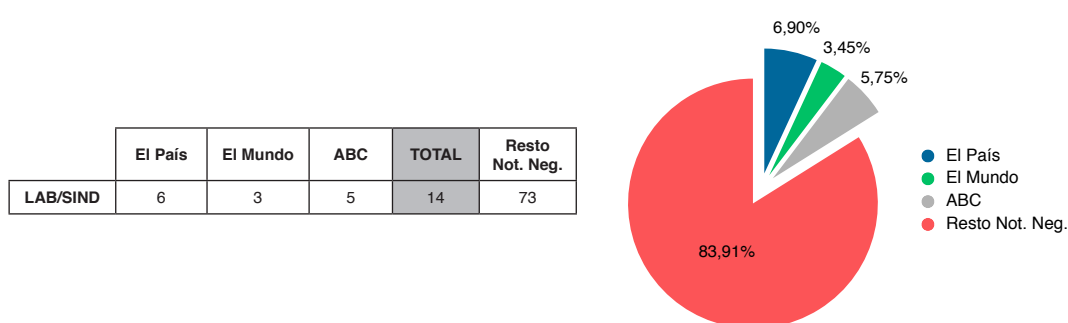


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.1.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

El País es el diario que más noticias con enfoque negativo publica sobre este tema: 6, seguido por ABC en el que aparecen 5 lo que representa en cada caso el 7,14% y el 5,95% respecto al total de noticias negativas publicadas por los tres diarios en los ocho periodos, El Mundo publica 3, siendo el porcentaje del 3,57%.

Gráfico 21: Conflictos laborales II.

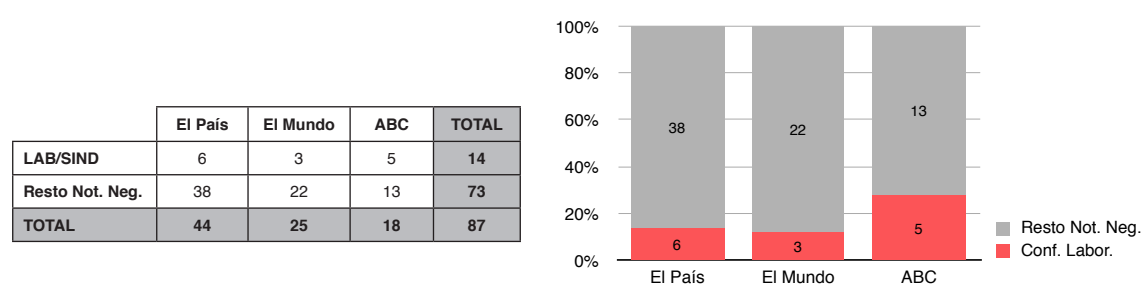


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.1.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada diario

Aunque ABC han publicado menos noticias (5) que El País (6) sobre crisis hospitalarias provocadas por conflictos laborales en los periodos estudiados, para ABC supone el 27,8% sobre el total de noticias negativas de este diario y para El País el 13,6%. El Mundo publicó 3, lo que se corresponde con un 12% sobre el número de noticias negativas publicadas por este diario.

Gráfico 22: Conflictos laborales III.



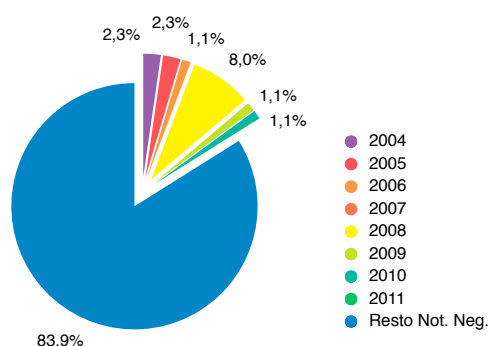
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las 7 noticias del 2008 suponen el 8% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. Las 2 de 2004 y 2005 se corresponden con el 2,3% sobre el total de negativas. En 2006, 2009 y 2010 aparecen 1 noticia cada año con un valor porcentual de 1,1%. En 2007 y 2011 no se publica ninguna noticia de esta categoría en ningún diario.

Gráfico 23: Conflictos laborales IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
LAB/SIND	2	2	1	0	7	1	1	0	73



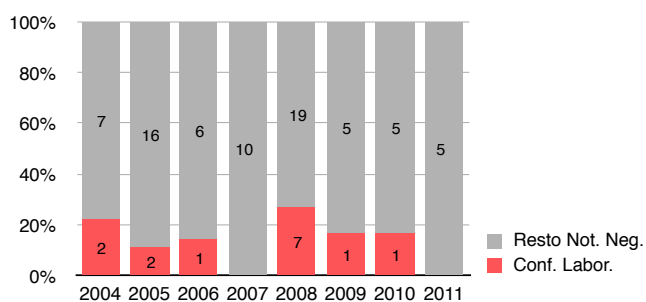
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.

2008 es en el año en que se difunden más noticias sobre conflictos laborales, 7 en valores absolutos que en valor porcentuales supone el 26,9% sobre el total de noticias negativas analizadas en ese año. En 2004 y 2005 se publicaron 2 noticias cada año pero mientras que en el primer caso el valor porcentual es de 22,2% sobre el total de noticias negativas de ese año, en el segundo, este porcentaje es de 11,1%. En 2006, 2009 y 2010 se publica 1 noticia cada año, que representa el 14,3% en el primer caso y el 16,7% en los otros dos. En 2007 y 2011, no se publica ninguna noticia de esta categoría en ningún diario.

Gráfico 24: Conflictos laborales V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
LAB/SIND	2	2	1	0	7	1	1	0	14
Resto Not. Neg.	7	16	6	10	19	5	5	5	73
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

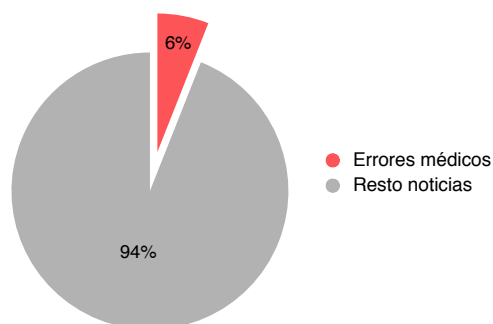
**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.2. Errores médicos

En el universo analizado, se han publicado 9 noticias negativas de este tipo, 10,34% del total de noticias negativas y 6% del total de noticias publicadas. Obviamente, en este caso no hay noticias positivas o neutras por lo que se trata del 100% de las noticias sobre este aspecto.

Gráfico 25: Errores médicos I.

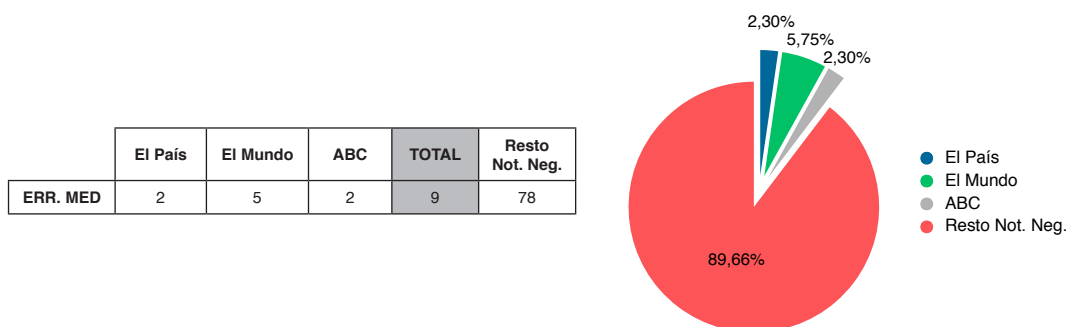
Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
9	0	9	141

**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.2.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

El Mundo publicó 5 noticias sobre crisis hospitalarias provocadas por errores médicos, lo que representa el 5,7% respecto al total de noticias negativas publicadas por los tres diarios en los ocho periodos analizados. ABC y el País publicaron 2, siendo el 2,3% del total de noticias negativas publicadas por todos los periódicos.

Gráfico 26: Errores médicos II.

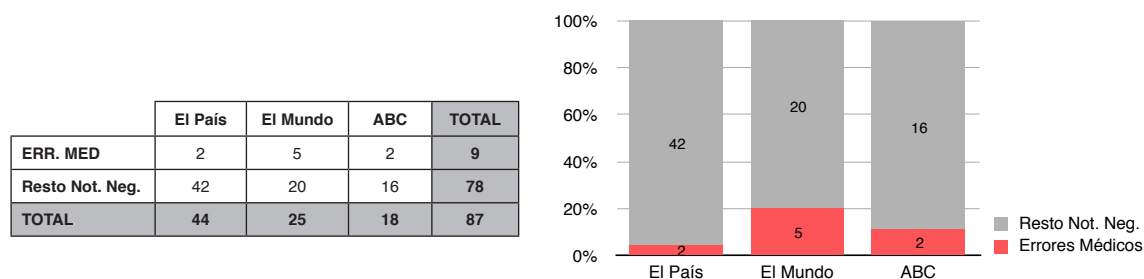


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.2.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Por soportes, las 5 noticias sobre errores médicos aparecidas en El Mundo, representan el 20% de las noticias negativas de este diario. Las 2 publicadas por ABC y el País suponen el 11,1% y el 4,5 respectivamente de cada una de las cabeceras.

Gráfico 27: Errores médicos III.

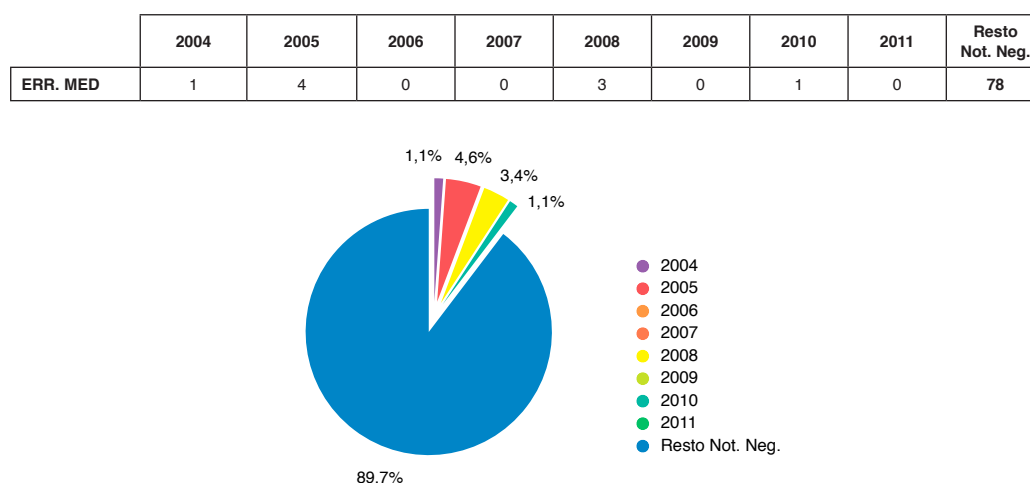


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.2.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias sobre errores médicos de 2005, 4 en valores absolutos, en valores porcentuales supone el 4,6% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. En 2008 se publicaron 3 noticias negativas clasificadas como errores médicos que suponen un valor porcentual de 3,4% sobre el total de noticias negativas en todos los periodos analizados. En 2004 y 2010 aparece 1 noticia cada periodo temporal analizado, el 1,1% del total de noticias de crisis. En 2006, 2007, 2009 y 2011 no se publica ninguna noticia de esta categoría en ningún diario.

Gráfico 28: Errores médicos IV.



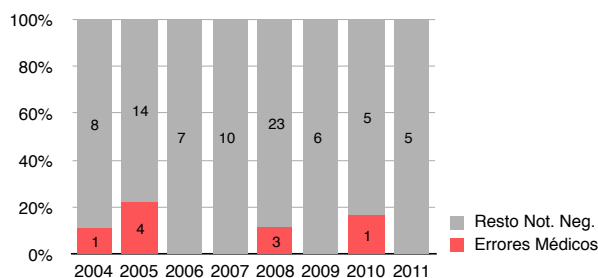
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.2.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, 2005 es en el que hay más noticias sobre errores médicos, 4 en valores absolutos, que en valores porcentuales supone el 22,2% sobre el total de noticias analizadas en ese periodo. En 2008 se publicaron 3 noticias negativas clasificadas como errores médicos que suponen un valor porcentual de 11,5% sobre el total de noticias negativas de ese año. En 2004 y 2010 se publica una noticia negativa en cada periodo temporal. En el primer caso se traduce en el 11,1% y en el segundo, el 16,7%. En 2006, 2007, 2009 y 2011 no se publica ninguna noticia de esta categoría en ningún diario.

Gráfico 29: Errores médicos V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
ERR. MED	1	4	0	0	3	0	1	0	9
Resto Not. Neg.	8	14	7	10	23	6	5	5	78
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87



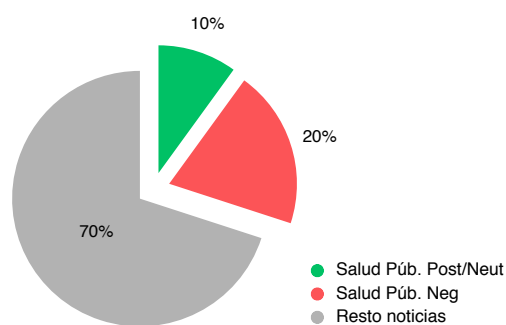
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3. Salud pública

En el universo analizado se han publicado 45 noticias de este tipo, de las cuales 30 (66,6%) son negativas. Sobre el total de noticias publicadas, aquellas relacionadas con la Salud Pública son el 30%, un 10% con carácter positivo o neutro y 20% negativo.

Gráfico 30: Salud pública I.

Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
30	15	45	105



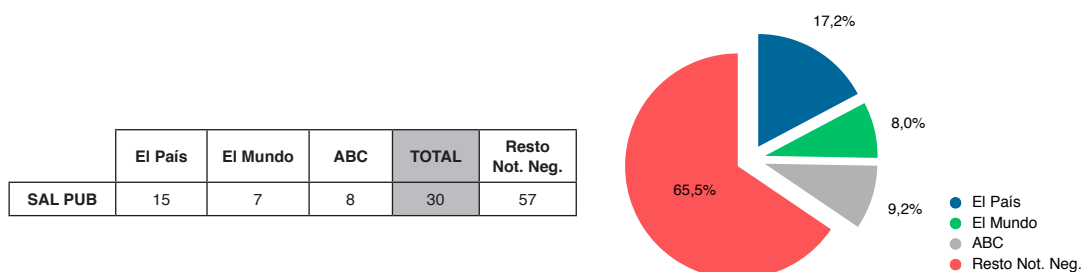
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

El País ha publicado 15 noticias sobre crisis hospitalarias relacionadas con temas de Salud Pública, lo que supone el 17,2% del total de noticias negativas publicado por los tres diarios.

El Mundo publicó 7 lo que se corresponde con el 8% del total de noticias negativas publicadas por todos los periódicos y ABC 8 (9,2%).

Gráfico 31: Salud pública II.

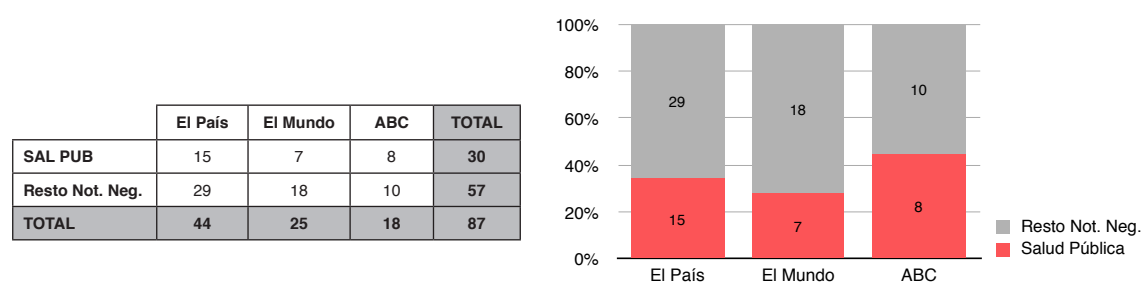


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Las 15 noticias publicadas por El País sobre crisis hospitalarias relacionadas con Salud Pública son el 34,1% del total de noticias negativas de este diario. Las 8 de ABC se corresponden con el 44,4% sobre el número de noticias negativas publicadas por este periódico y las 7 de El Mundo el 28% de las noticias negativas de esta cabecera.

Gráfico 32: Salud pública III.



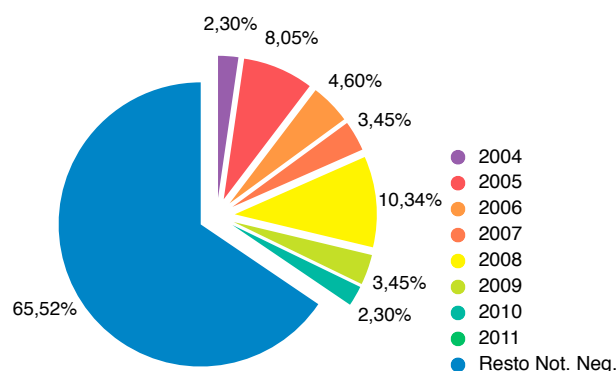
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias negativas sobre Salud Pública de 2008 en valor porcentual suponen el 10,34% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. El porcentaje en 2008 es de 8,05%, en 2006 el 4,6% y en 2007 y 2009 el 3,45%. En 2004 y 2010 las noticias negativas clasificadas como relativas a temas de Salud Pública suponen, el 2,3% sobre el total de noticias negativas. En el periodo de 2011 no se publica ninguna noticia de este tema.

Gráfico 33: Salud pública IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
SAD PUB	2	7	4	3	9	3	2	0	57



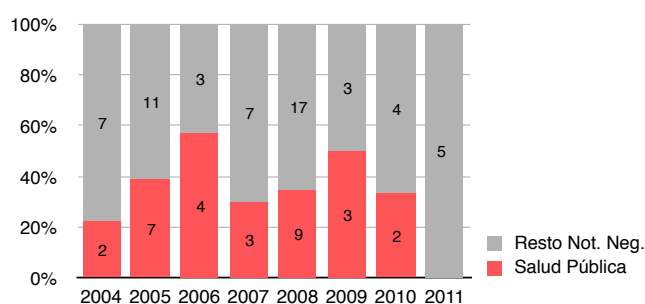
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.

Temporalmente, 2008 es en el que más noticias negativas hay sobre aspectos relacionados con Salud Pública, 9 en valor absoluto, que en valor porcentual supone el 34,6% sobre el total de noticias negativas analizadas en ese año. En el periodo analizado de 2006, aparecen 4 noticias negativas sobre Salud Pública, pero el valor porcentual es el más alto 57,1%.

Gráfico 34: Salud pública V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
SAD PUB	2	7	4	3	9	3	2	0	30
Resto Not. Neg.	7	11	3	7	17	3	4	5	57
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87



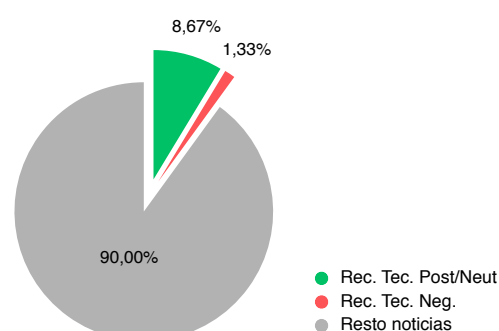
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.4. Recursos técnicos

En el universo analizado se han publicado 15 noticias de este tipo, de las cuales 2 (13,33%) son negativas. Sobre el total de noticias publicadas, aquellas relacionadas con Recursos Técnicos son 10%, un 8,67% con carácter positivo o neutro y 1,33% negativo.

Gráfico 35: Recursos técnicos I.

Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
2	10	15	135

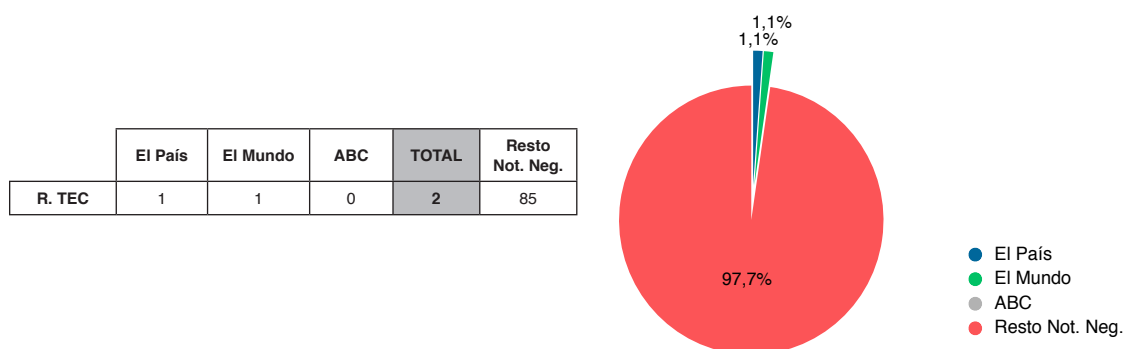


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.4.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

Una noticia es publicada por El Mundo y la otra por El País, conformando cada una de ellas el 1,1% del total de noticias negativas.

Gráfico 36: Recursos técnicos II.

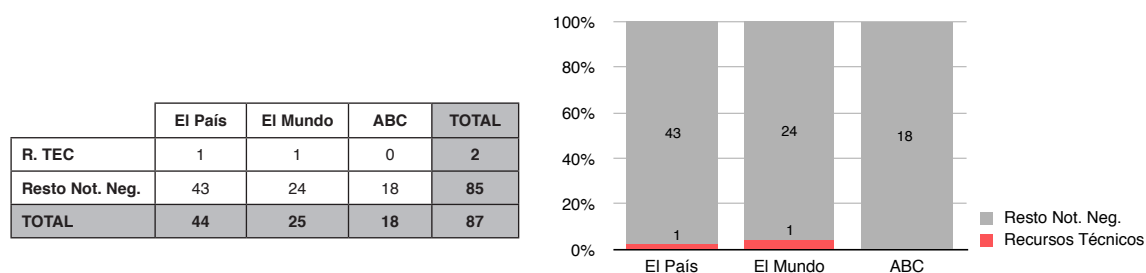


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.4.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

En el caso de El Mundo es 4% del total de noticias negativas publicadas por ese diario y en el caso de El País, el 2,3 %.

Gráfico 37: Recursos técnicos III.



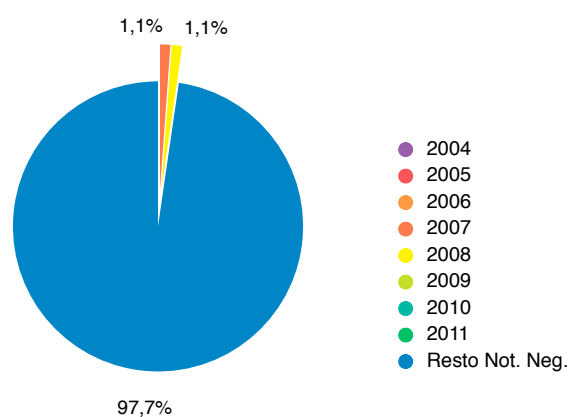
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.4.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

En valores porcentuales suponen el 1,1% del total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales analizados, tanto en el año 2007 como en el 2008.

Gráfico 38: Recursos técnicos IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
R. TEC	0	0	0	1	1	0	0	0	85



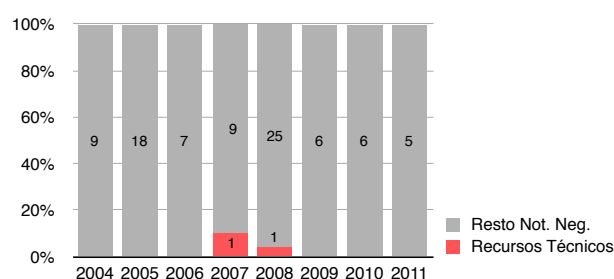
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.4.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, 2007 y 2008 son los únicos en los que hay 1 noticia negativa sobre Recursos Técnicos en hospitales de la CAM y el porcentaje sobre el periodo del año señalado es, en el primer caso del 10% y en el segundo del 3,8%.

Gráfico 39: Recursos técnicos V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
R. TEC	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Resto Not. Neg.	9	18	7	9	25	6	6	5	85
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

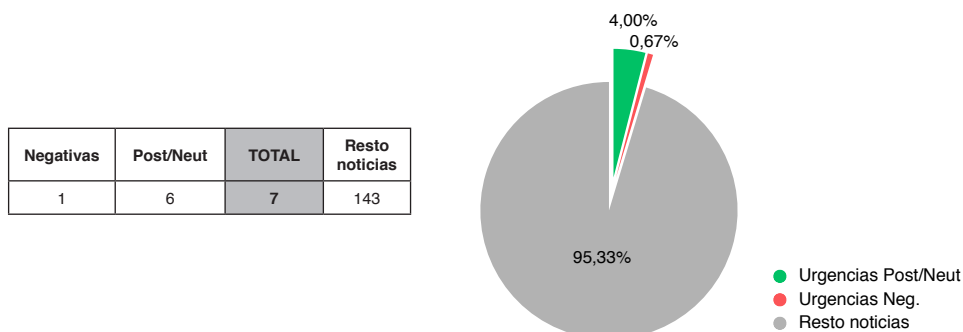


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.5. Urgencias

En el universo analizado se han publicado 7 noticias de este tipo, de las cuales 1 (14,28%) es negativa. Esto supone el 4,67% del total de noticias publicadas, el 4% de carácter positivo o neutro y el 0,67% negativo.

Gráfico 40: Urgencias I.

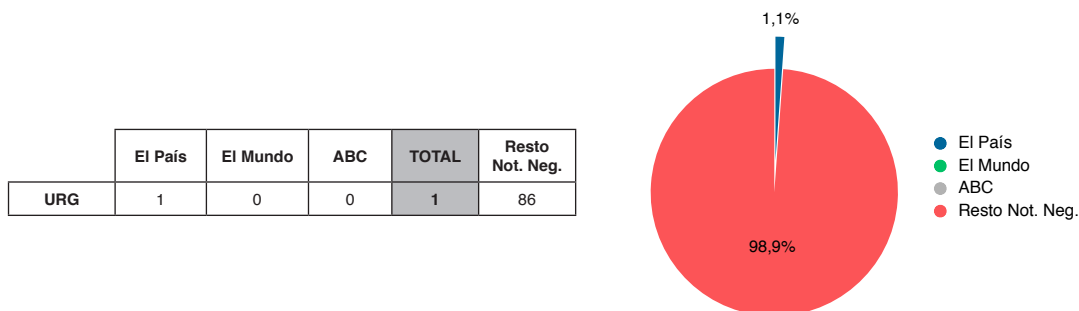


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.5.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

Fue publicada por El País y supone el 1,1% del total de noticias negativas publicadas.

Gráfico 41: Urgencias II.

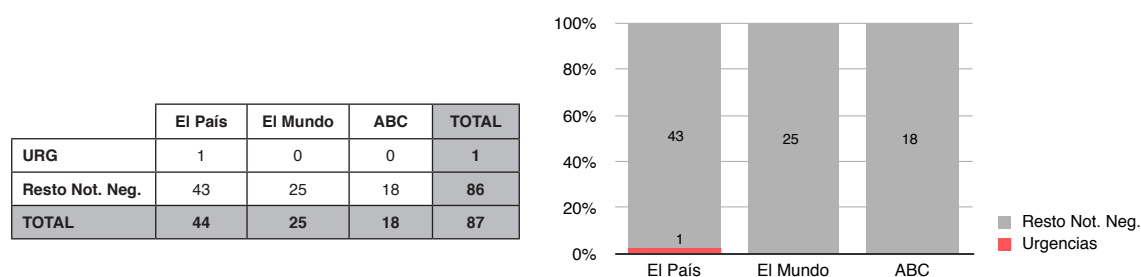


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.5.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada diario

Esta noticia publicada por El País, representa el 2,3% del total de noticias negativas publicadas por este diario.

Gráfico 42: Urgencias III.

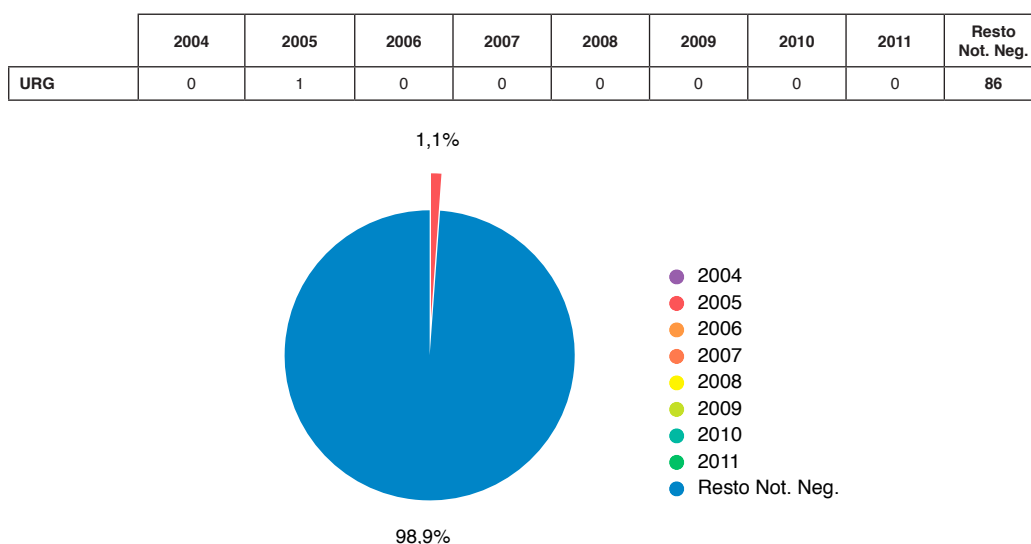


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.5.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Esta noticia supone el 1,2% del total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales analizados.

Gráfico 43: Urgencias IV.

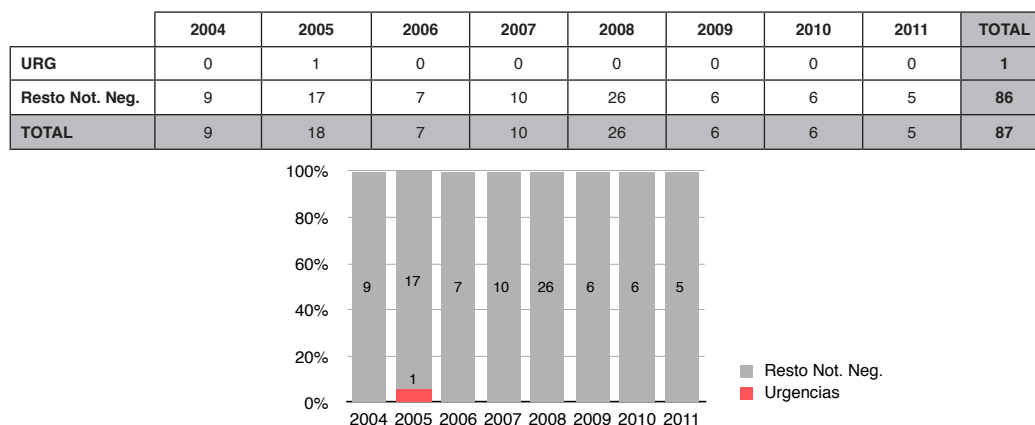


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.5.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, 2005 es el único en el que hay 1 noticia negativa sobre Servicios de Urgencias en hospitales de la CAM, que es el 5,6% sobre el periodo de ese año.

Gráfico 44: Urgencias V.

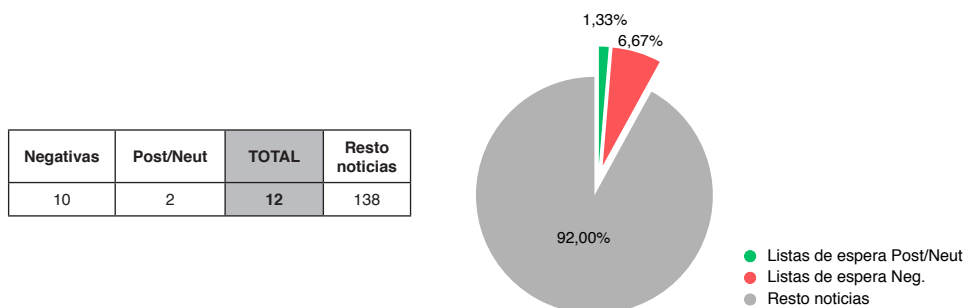


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.6. Listas de espera

En el universo analizado se han publicado 12 noticias de este tipo, de las cuales 10 (83,33%) son negativas. Esto supone el 8% del total de noticias publicadas, el 1,33% de carácter positivo o neutro y el 6,67% negativo.

Gráfico 45: Listas de espera I.

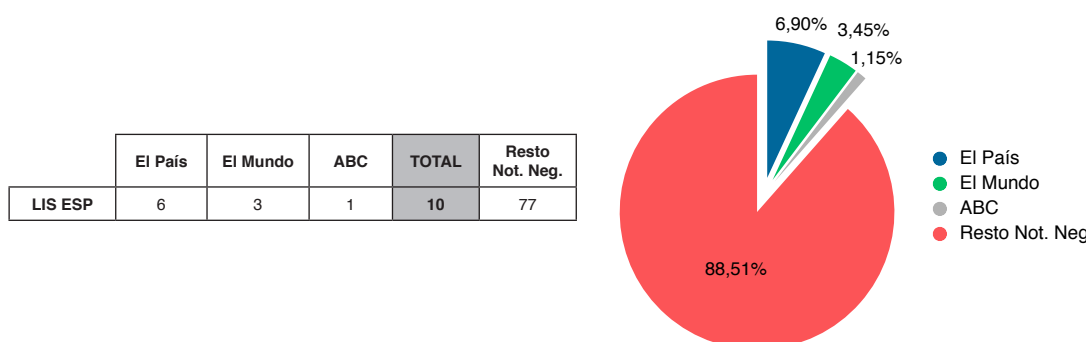


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.6.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

Por soportes, El País ha publicado 6 noticias sobre crisis hospitalarias relacionadas con Listas de Espera, el 6,9% del total de noticias de crisis publicado por los tres diarios. El Mundo publicó 3, el 3,45% del total de noticias negativas publicadas por todos los periódicos y ABC publicó 1, el 1,15% del total de cabeceras analizadas, representando el 11,5% del total de noticias negativas.

Gráfico 46: Listas de espera II.

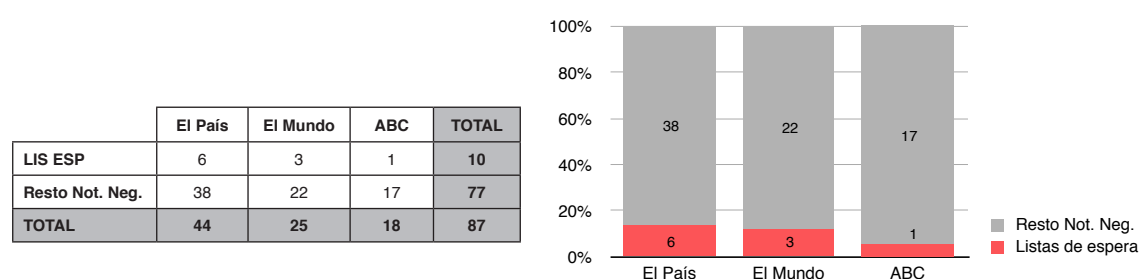


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.6.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Las cifras anteriores suponen para el total de noticias negativas de cada diario, el 13,6% en el caso de El País, para El Mundo el 12% y el 5,6% para ABC.

Gráfico 47: Listas de espera III.

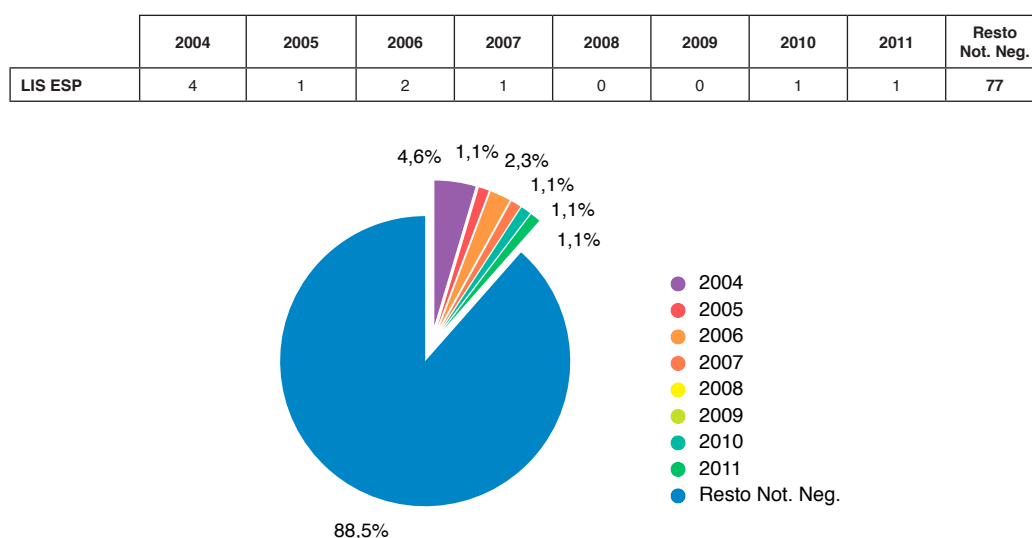


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.6.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

En 2004 las noticias negativas sobre aspectos relacionados con Listas de Espera en hospitales de la CAM representan el 4,6% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. En el periodo temporal correspondiente a 2006 las noticias negativas sobre listas de espera suponen el 2,3 %. En los años 2005, 2007 y 2010 y 2011 se publicaron 1 cada periodo temporal que es el 1,1% sobre el total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales.

Gráfico 48: Listas de espera IV.



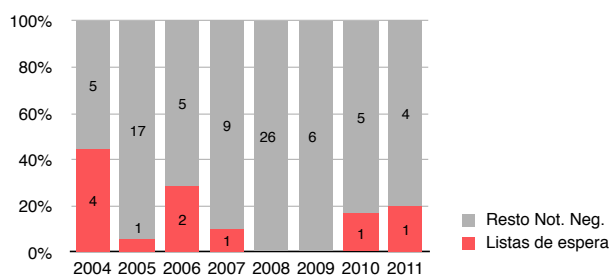
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.6.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, el periodo de 2004 es en el que más noticias negativas hay sobre aspectos relacionados con Listas de Espera en hospitales de la CAM, 4 en valores absolutos, que en valores porcentuales supone el 44,4% sobre el total de noticias analizadas en ese periodo anual. Cada uno de los periodos seleccionados en 2005, 2007, 2010 y 2011 se publicó 1 noticia negativa clasificada como relativa a Listas de Espera en hospitales públicos de la Comunidad, pero mientras que en el primer año suponen un valor porcentual del 5,6% sobre el total de noticias negativas de ese año, en el segundo este porcentaje es del 10%, en el tercero del 16,7% y el cuarto del 20%. En el periodo temporal del 2006, se publican 2 noticias negativas relativas a este tema, cuyo porcentaje es del 28,6% del total de noticias negativas publicadas en los días estudiados ese año.

Gráfico 49: Listas de espera V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
LIS ESP	4	1	2	1	0	0	1	1	10
Resto Not. Neg.	5	17	5	9	26	6	5	4	77
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

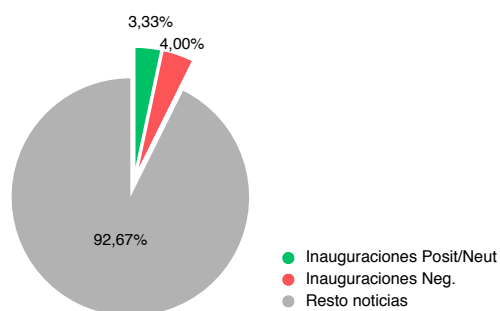
**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.7. Inauguraciones

En el universo analizado se han publicado 11 noticias sobre Inauguraciones, de las cuales 6 (54,54%) son negativas. Esto supone el 7,33% del total de noticias publicadas, el 3,33% de carácter positivo o neutro y el 4% negativo.

Gráfico 50: Inauguraciones I.

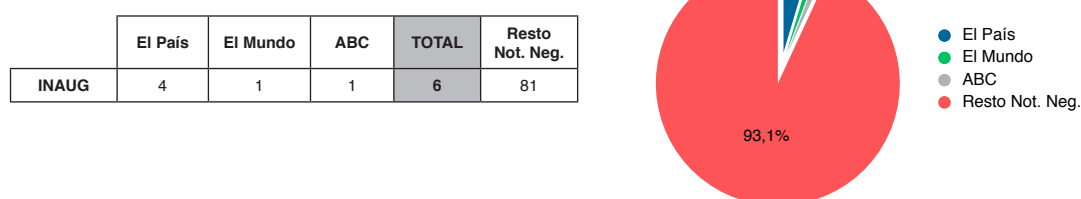
Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
6	5	11	139

**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.7.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

De ellas, El País ha publicado 4 noticias sobre crisis hospitalarias relacionadas con Inauguraciones, el 4,6% del total de noticias de crisis publicado por los tres diarios. ABC y El Mundo lo hicieron en 1 ocasión, lo que se corresponde con el 1,1% del total de noticias negativas publicadas por todos los periódicos.

Gráfico 51: Inauguraciones II.

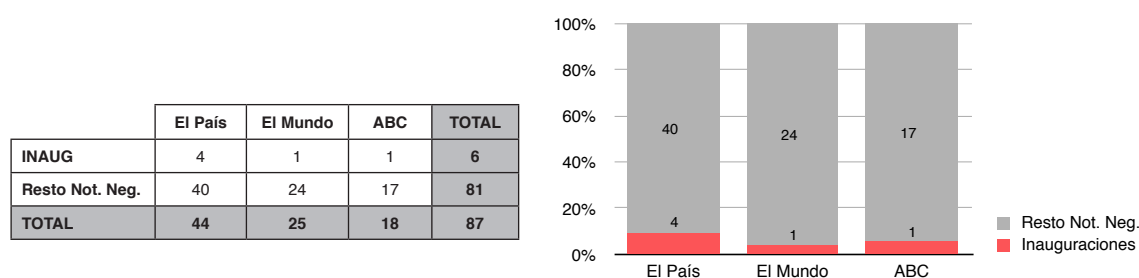


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.7.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

En relación con el número de noticias negativas publicadas por cada diario, en el caso de El País se corresponde con el 9,1%, en el de ABC con el 5,6% y en del Mundo con el 4%.

Gráfico 52: Inauguraciones III.

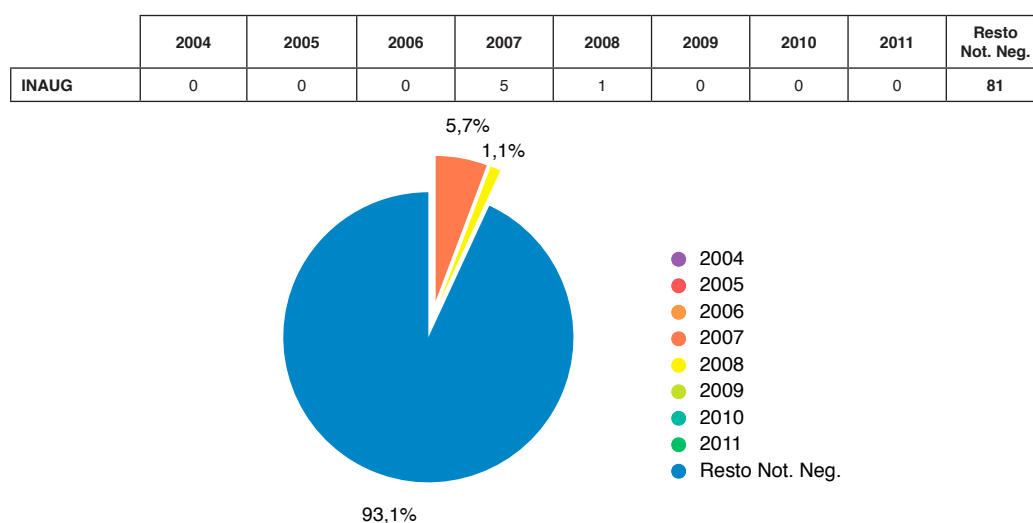


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.7.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias sobre Inauguraciones de hospitales de la CAM en 2007 representan el 5,7% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. La noticia negativa acerca de este aspecto publicada en 2008 se corresponde con el 1,1% de los ocho periodos temporales analizados.

Gráfico 53: Inauguraciones IV.



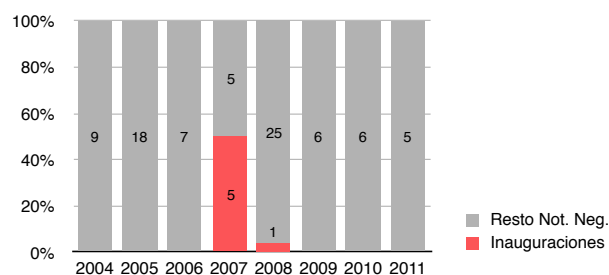
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.7.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, 2007 es en el que más noticias negativas hay sobre aspectos relacionados con Inauguraciones de hospitales de la CAM, 5 en valores absolutos, que en valores porcentuales supone el 50% sobre el total de noticias analizadas en ese año. En 2008 se publicó 1 noticia negativa acerca de este aspecto, que se corresponde con el 3,8% del total de ese año. En los demás periodos temporales no se publicó nada acerca de este tema.

Gráfico 54: Inauguraciones V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
INAUG	0	0	0	5	1	0	0	0	6
Resto Not. Neg.	9	18	7	5	25	6	6	5	81
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87



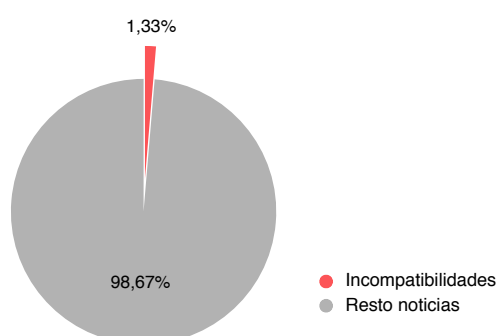
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.8. Incompatibilidades

En el universo analizado se han publicado 2 noticias sobre Incompatibilidades, todas ellas son negativas. Esto supone el 1,33% del total de noticias publicadas, el 100% de carácter negativo.

Gráfico 55: Incompatibilidades I.

Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
2	0	2	148



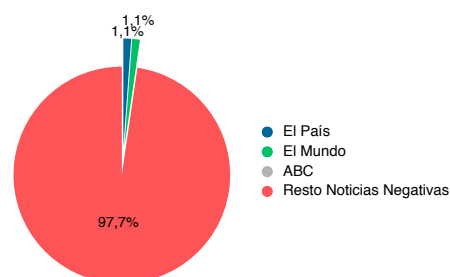
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.8.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

De ellas, una la publicó El País y otra El Mundo. En ambos casos suponen el 1,1% sobre el total de noticias sobre crisis hospitalarias publicadas por los tres diarios, sumando un total de 2,2%.

Gráfico 56: Incompatibilidades II.

	El País	El Mundo	ABC	TOTAL	Resto Not. Neg.
INCOMP	1	1	0	2	85



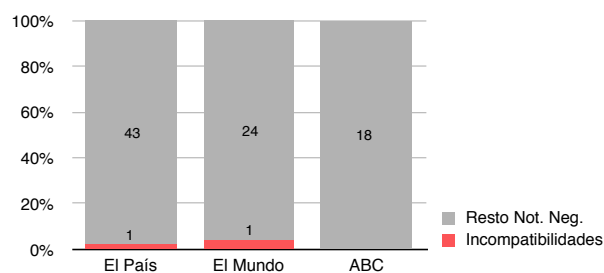
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.8.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Para El Mundo constituye el 4% del total de noticias negativas publicadas en los periodos analizados y para El País se corresponde con el 2,3%.

Gráfico 57: Incompatibilidades III.

	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
INCOMP	1	1	0	2
Resto Not. Neg.	43	24	18	85
TOTAL	44	25	18	87



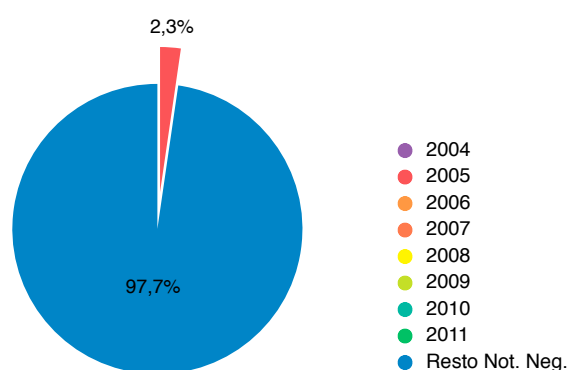
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.8.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las 2 noticias publicadas sobre este asunto en 2005 constituye el 2,3% de los ocho periodos analizados.

Gráfico 58: Incompatibilidades IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
INCOMP	0	2	0	0	0	0	0	0	85



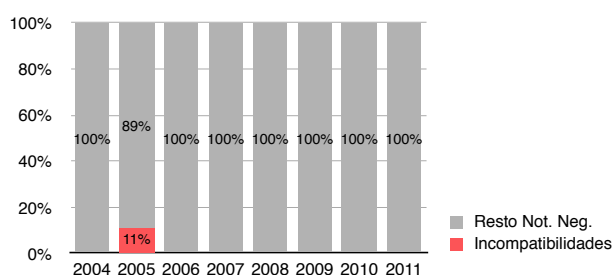
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.8.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.

Temporalmente, es en 2005 el año en el que se publican las dos noticias sobre Incompatibilidades, lo que supone que es el 11,1% de las noticias negativas de ese año.

Gráfico 59: Incompatibilidades V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
INCOMP	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Resto Not. Neg.	9	16	7	10	26	6	6	5	85
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

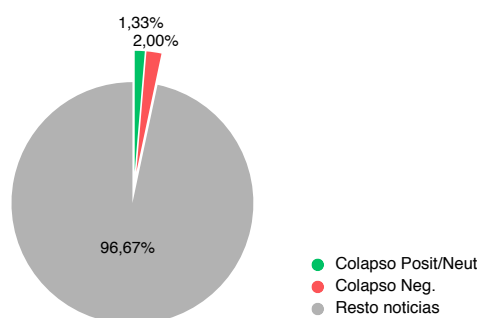
**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.9. Colapso hospitalario

En el universo analizado se han publicado 5 noticias de esta categoría, de las cuales 3 (60%) son negativas. Esto supone el 3,33% del total de noticias publicadas, el 1,33% de carácter positivo o neutro y el 2% negativo.

Gráfico 60: Colapso hospitalario I.

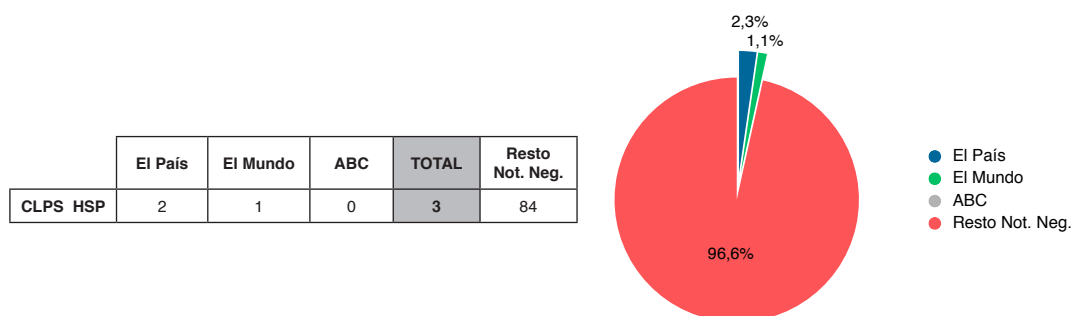
Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
3	2	5	145

**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.9.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

El País ha publicado 2 noticias negativas, lo que se corresponde con el 2,3% del total de noticias negativas publicadas entre los tres diarios y El Mundo 1 (1,1%). ABC no ha publicado sobre este tema.

Gráfico 61: Colapso hospitalario II.

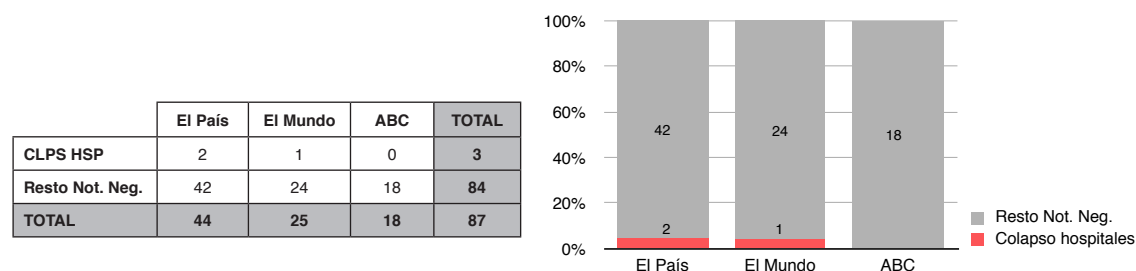


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.9.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Estas 2 noticias, para El País constituyen el 4,5% del total de noticias negativas publicadas en los periodos analizados y para la que publica El Mundo se corresponde con el 4%.

Gráfico 62: Colapso hospitalario III.



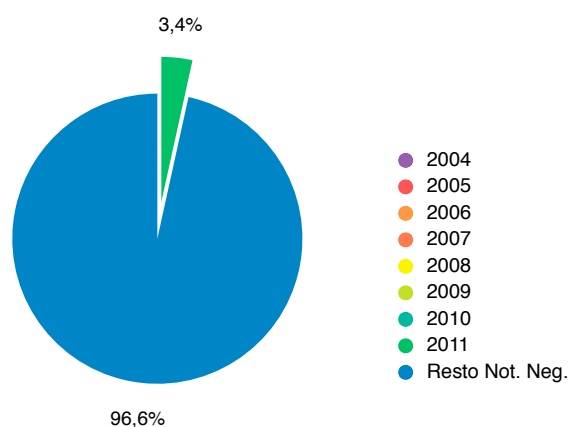
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.9.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias negativas sobre Colapso Hospitalario publicadas en 2011 son el 3,6% del total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos analizados.

Gráfico 63: Colapso hospitalario IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
CLPS HSP	0	0	0	0	0	0	0	3	84



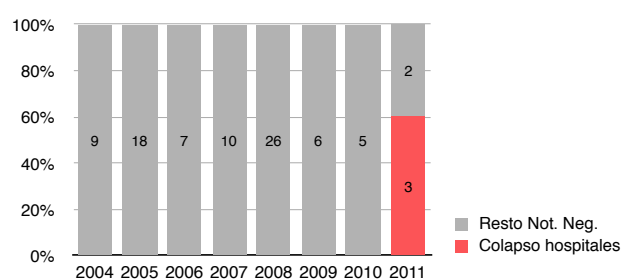
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.9.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

2011 es en el único periodo temporal en el que se publican noticias sobre este tema, 3 en valores absolutos, que en valores porcentuales supone el 60% sobre el total de noticias analizadas en ese año.

Gráfico 64: Colapso hospitalario V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
CLPS HSP	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Resto Not. Neg.	9	18	7	10	26	6	6	2	84
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87



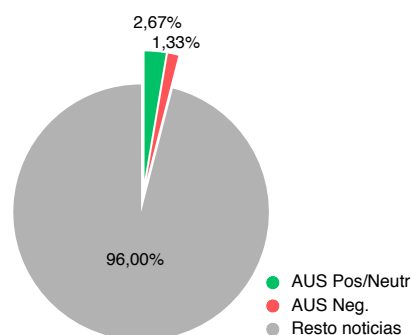
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.10. Área única sanitaria

En el universo analizado se han publicado 6 noticias sobre el área única sanitaria, de las cuales 2 (33,33%) son negativas. Esto supone el 4% del total de noticias publicadas, el 2,67% de carácter positivo o neutro y el 1,33% negativo.

Gráfico 65: Área única sanitaria I.

Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
2	4	6	144

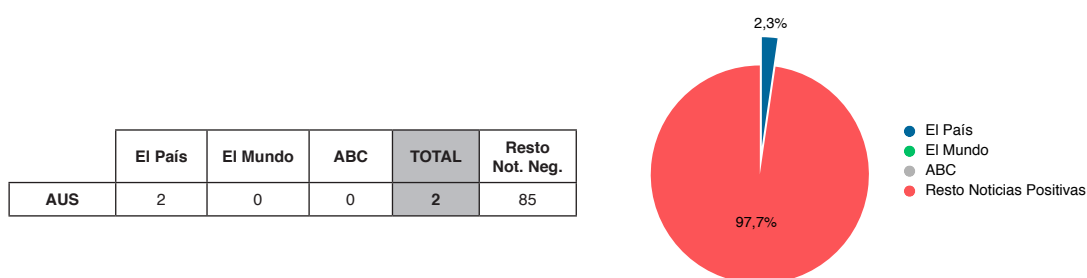


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.10.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

Las dos noticias sobre crisis hospitalarias provocadas por el área única sanitaria de la CAM fueron publicadas por El País y representan el 2,3% respecto al total de noticias negativas publicadas por los tres diarios en los ocho periodos analizados. ABC y el Mundo no publicaron ninguna.

Gráfico 66: Área única sanitaria II.

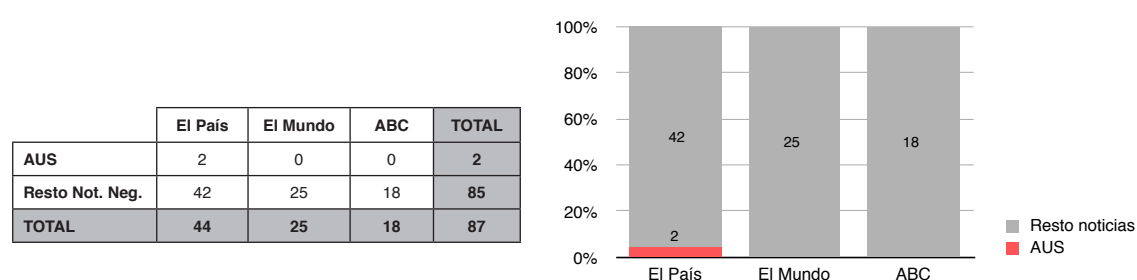


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.10.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Por soportes, las noticias sobre el área única sanitaria de la CAM aparecidas en El País, representan el 4,5% de las noticias negativas de este diario.

Gráfico 67: Área única sanitaria III.



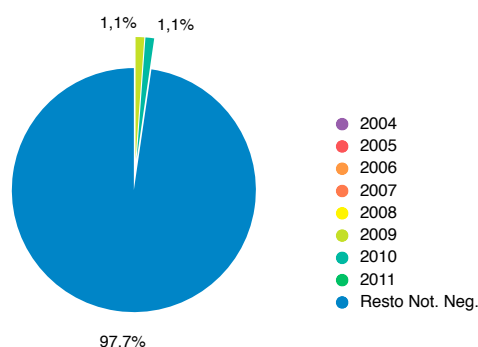
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.10.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias negativas sobre el área única sanitaria de la CAM, suponen en valores porcentuales respectivamente el 1,1% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados.

Gráfico 68: Área única sanitaria IV.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Resto Not. Neg.
AUS	0	0	0	0	0	1	1	0	85



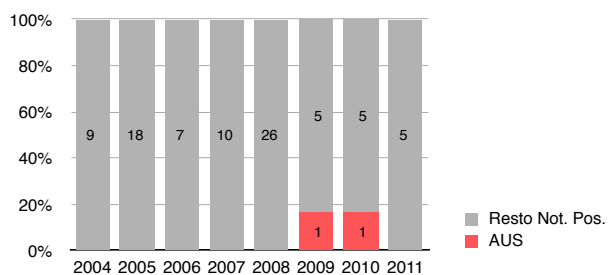
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.10.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, las noticias negativas sobre el área única sanitaria se publican en 2009 y 2010 y en valores porcentuales suponen el 16,7% sobre el total de noticias analizadas en esos periodos.

Gráfico 69: Área única sanitaria V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
AUS	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Resto Not. Neg.	9	18	7	10	26	5	5	5	85
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

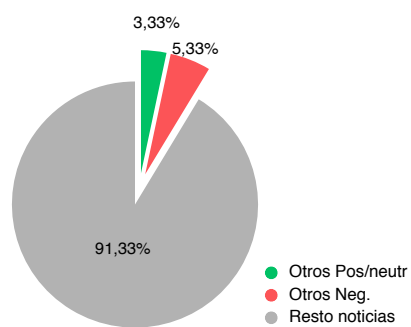
**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.11. Otros

En el universo analizado se han publicado 13 noticias de esta categoría, de las cuales 8 (61,5%) son negativas. Esto supone el 8,66% del total de noticias publicadas, el 5,33% de carácter negativo.

Gráfico 70: Otros I.

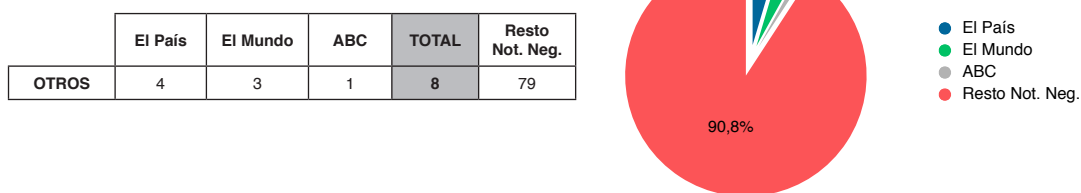
Negativas	Post/Neut	TOTAL	Resto noticias
8	5	13	137

**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.2.11.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

De ellas, El País publicó 4, El Mundo ha publicado 3 noticias, lo que se corresponde con el 4,6% y 3,4% respectivamente del total de noticias negativas publicadas entre los tres diarios y el ABC 1 (1,1%).

Gráfico 71: Otros II.

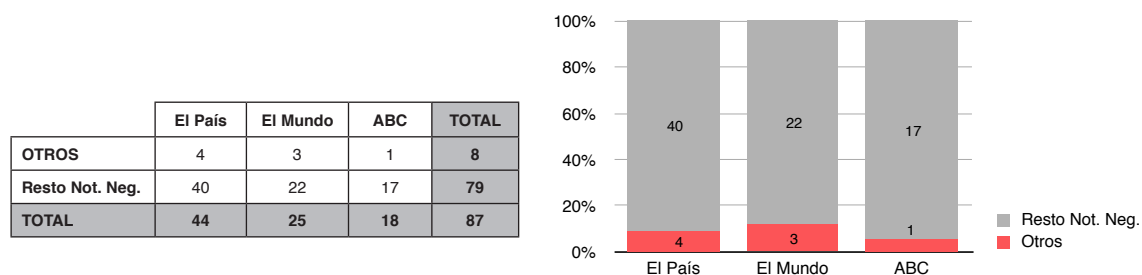


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.11.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Estas noticias, para El Mundo constituyen el 12% del total de noticias negativas publicadas en los periodos analizados y para El País se corresponde con el 9,1%. Para el ABC la noticia que publica es el 5,6% del total de noticias negativas publicadas por este diario.

Gráfico 72: Otros III.

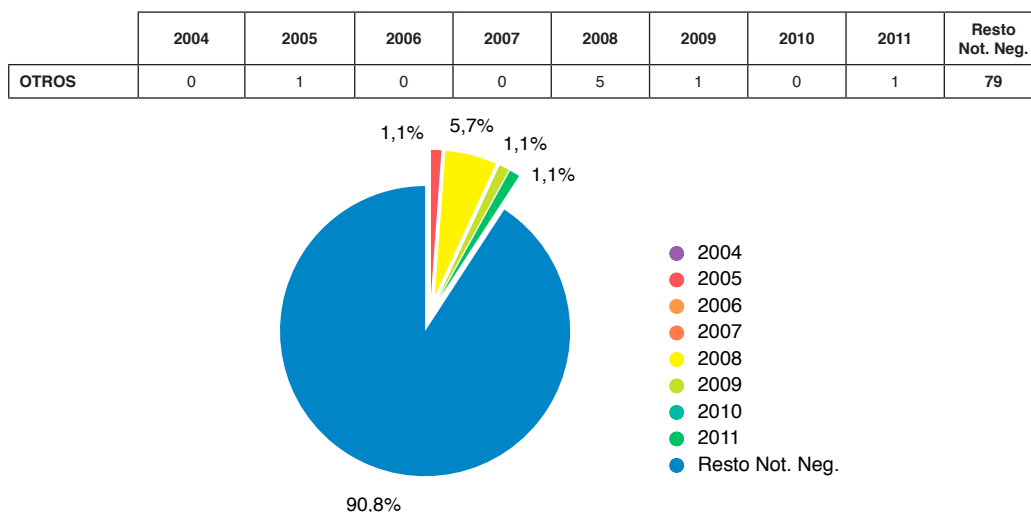


Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.11.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias negativas sobre estos temas publicadas en 2008 son el 5,7% del total de noticias negativas publicadas en los ocho años analizados. Las de 2005, 2009 y 2011 son el 1,1% de los ocho periodos estudiados.

Gráfico 73: Otros IV.



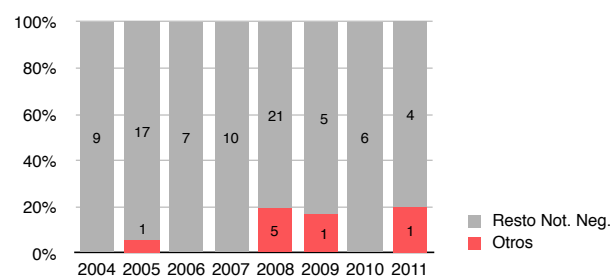
Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.11.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

Temporalmente, 2008 es en el que más noticias negativas hay en esta catalogación, 5 en valores absolutos, que en valores porcentuales supone el 19,2% sobre el total de noticias analizadas en ese año. Tanto en 2005 como en 2009 y 2011 se publicó 1 noticia negativa acerca de este aspecto, que se corresponden, respectivamente, con el 5,6%, el 16,7% y el 20% del total de esos periodos temporales.

Gráfico 74: Otros V.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
OTROS	0	1	0	0	5	1	0	1	8
Resto Not. Neg.	9	17	7	10	21	5	6	4	79
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87



Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.12. Conclusiones: tema del acontecimiento principal de la noticia

- El tipo de crisis que ha dado lugar a la publicación de más noticias en los tres diarios ha sido Salud Pública, con 30 inserciones. En ABC ha supuesto el 44,4% de las publicadas por este diario, para El País el 34,1% y para El Mundo 28%.
- Los Conflictos Laborales ha sido el segundo tema con connotación negativa más tratado por El País (6), el mismo número que a las Listas de Espera (6), y por ABC (5). Sin embargo El Mundo ha situado en segundo lugar los Errores Médicos (5).
- El País es el único de los diarios que publica noticias negativas clasificadas como Urgencias y Área única Sanitaria. La única de las categorías sobre las que no ha publicado ninguna noticia negativa ha sido Investigación.
- De las doce categorías, ABC no ha publicado noticias con enfoque negativo en seis de ellas: Recursos Técnicos, Urgencias, Incompatibilidades, Colapsos Hospitalarios, Área Única Sanitaria e Investigación.
- Es significativo que dos de los únicos tres periodos temporales estudiados en los que la Salud Pública no ha sido el tema que más frecuentemente ha aparecido en los tres soportes, coincidan con las campañas electorales de 2007 y 2011:
 - En el periodo temporal 2007, el 50% de las noticias negativas publicadas corresponden a las catalogadas como Inauguraciones. De ellas el 30% se deben a El País y sendos 10% a El Mundo y ABC. Sin embargo, cabe destacar que todas las noticias positivas publicadas por ABC durante esta campaña electoral corresponden a Inauguraciones.
 - En el periodo temporal 2011, el 60% de las noticias negativas publicadas corresponden a las catalogadas como Colapso Hospitalario. De ellas el 40% se deben a El País y el 20% a El Mundo. Sin embargo, también en este caso cabe destacar que el 66,6% de las noticias positivas publicadas por El Mundo durante esta campaña electoral corresponden a Colapsos Hospitalarios.
 - En 2004 fueron las catalogadas como listas de espera las más numerosas (44,4%).
- Las únicas categorías temáticas en las que el número de noticias con enfoque positivo ha sido superior al de negativas han sido Recursos Técnicos, Urgencias y Área Única Sanitaria.
- Mientras que en Errores Médicos e Incompatibilidades solamente hay noticias de carácter negativo, en Investigación únicamente las hay de signo positivo.
- Hay categorías en las que, aunque a priori se podría considerar que únicamente podrían tener un enfoque negativo, se publican bajo un marco positivo o neutro.

- Urgencias: El Mundo publica 5 noticias positivas y/o neutras y ABC 1, todas ellas en el periodo analizado de 2004.
- Listas de espera: ABC publica 2 noticias positivas y/o neutras ambas en el periodo analizado de 2006.
- Colapsos Hospitalarios: El Mundo publica 2 noticias positivas y/o neutras ambas en el periodo analizado de 2011.

Es preciso destacar que en todos los casos se trata de El Mundo y/o ABC y por categoría coinciden en los periodos temporales.

- Asimismo hay categorías que, aunque a priori se podría considerar que únicamente podrían tener un enfoque positivo, se publican bajo un marco negativo:
 - Recursos Técnicos: El Mundo publica 1 noticia negativa en 2007 y El País otra en 2008.
 - Salud Pública: El País publica 15 noticias negativas, El Mundo 7 y ABC 8, en distintos periodos electorales.
 - Inauguraciones: El País publica 4 noticias negativas (3 en 2007 y 1 en 2008), El Mundo 1 y ABC otra, ambas en 2007.

Estos fenómenos se analizarán con más profundidad en el análisis cualitativo.

3.2.3. Institución protagonista de la noticia

En este apartado, se ha analizado en los periodos objeto de estudio la mención expresa a las instituciones en las noticias hospitalarias en la Comunidad Autónoma de Madrid y se han clasificado en tres categorías:

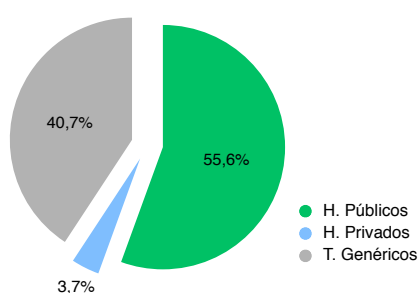
- **Hospitales Públicos:** Cuando en la noticia se hace mención expresa a algún hospital de propiedad pública de la Comunidad Autónoma de Madrid. Como ejemplo, “Trabajo investiga las alergias que sufren 100 empleadas del hospital Ramón y Cajal” (El País, 2005)
- **Hospitales Privados:** Cuando en la noticia se hace mención expresa a algún hospital de propiedad privada ubicado en la Comunidad. Como ejemplo, “Una mujer muere en una clínica por una reacción alérgica” (El País, 2005)
- **Temas Genéricos:** Cuando las noticias están relacionadas con sucesos ocurridos o que afectan directamente a los hospitales pero no se menciona explícita y/o concretamente ninguno de ellos. Como ejemplo “Colapso sanitario. Sólo 12 de cada 100 visitas a Urgencias acaba con el paciente hospitalizado. La consejería ultima un plan para descongestionar este servicio” (El Mundo, 2004). En esta categoría se han incluido las noticias referentes al Hospital Gómez Ulla, por no tener las competencias transferidas a la CAM y la Agencia Laín Entralgo, por no ser un hospital.

Es importante resaltar que en una misma noticia puede haber referencias a varias instituciones o temas. Este es el motivo de la falta de coincidencias en las cifras, 162 referencias con las del número de noticias, 150.

El mayor número de referencias en las noticias en los tres soportes y los ocho periodos analizados, son de hospitales públicos y el menor de hospitales privados. Esta misma secuencia se da si nos centramos en las que tienen un carácter negativo

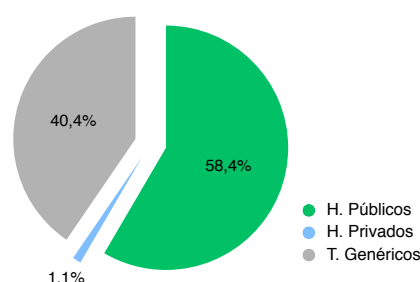
	Positivas y Neutras	Negativas	TOTAL
Hospitales Públicos	38	52	90
Hospitales Privados	5	1	6
Temas genéricos	30	36	66
TOTAL	73	89	162

Gráfico 75: Institución protagonista de las noticias.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 76: Institución protagonista de las noticias de carácter negativo.

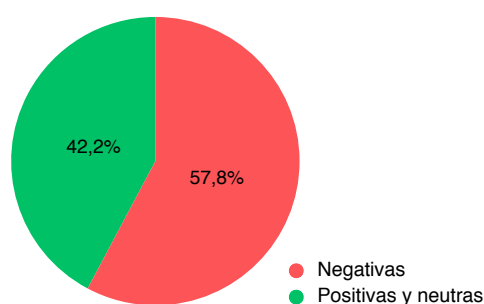


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.1. Hospitales públicos

En la muestra de noticias analizada aparecen un total de 90 referencias a hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid, que representa el 55,6% de las referencias en las noticias publicadas. De ellas, 52 (57,8%) son negativas y 38 (42,2%) positivas o neutras

Gráfico 77: Valoración de las Noticias sobre H. Públicos.



Fuente: Elaboración propia.

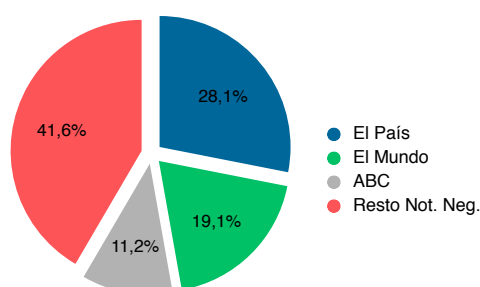
Estas 52 referencias negativas a hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid, son el 58,4% del total de 89 referencias negativas publicadas.

3.2.3.1.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas

Por soportes, en el total de periodos temporales analizados, El País ha publicado 25 menciones explícitas negativas de esta categoría, lo que porcentualmente es el 28,1% sobre el total de referencias sobre situaciones de crisis de los tres periódicos estudiados. El Mundo ha publicado en 17 ocasiones menciones a un hospital público concreto, el 19,1% sobre el total de noticias de situaciones de crisis de los tres periódicos analizados. ABC publicó 10, lo que supone el 11,2% sobre las tres cabeceras.

Gráfico 78: Hospitales Públicos por soportes I.

El País	25	28,1%
El Mundo	17	19,1%
ABC	10	11,2%
TOTAL	52	58,4%



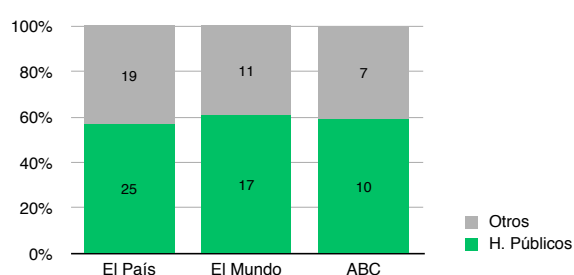
Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.1.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Respecto a la relación porcentual en cada uno de los diarios, en el total de periodos temporales analizados, las noticias negativas en los que aparecen hospitales públicos publicadas por El País es el 56,8% sobre el total de noticias negativas de dicho diario. Las de El Mundo, el 58,8% sobre el total de menciones negativas de este periódico y las de ABC el 57,1% de las referencias negativas de esta cabecera.

Gráfico 79: Hospitales Públicos por soportes II.

	Neg. Hosp. Pub.	Total Neg.	%
El País	25	44	56,8%
El Mundo	17	28	58,8%
ABC	10	17	57,1%
TOTAL	52	89	58,4%



Fuente: Elaboración propia.

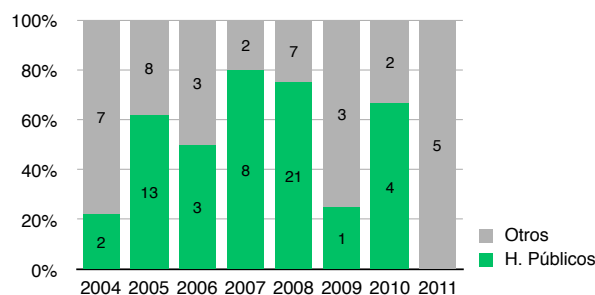
3.2.3.1.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.

Temporalmente, 2008 fue el periodo anual analizado en el que más noticias sobre situaciones de crisis se publican en esta categoría, concretamente 21 siendo 75% el porcentaje sobre el total de noticias negativas estudiadas de ese año. Sin embargo en el mismo periodo del 2007,

aunque se publican 8 noticias negativas catalogadas en hospitales públicos, suponen el 80% de las analizadas sobre situaciones de crisis en ese mismo tramo y en 2010 con 4 en valores absolutos suponen el 66,6% de lo publicado en ese periodo temporal. En 2011 no se publica ninguna noticia de esta categoría.

Gráfico 80: Hospitales Públicos por periodos temporales I.

	Neg. Hosp. Pub.	Total Neg.	%
2004	2	9	22,2%
2005	13	21	61,9%
2006	3	6	50%
2007	8	10	80%
2008	21	28	75%
2009	1	4	25%
2010	4	6	66,6%
2011	0	5	0%
TOTAL	52	89	58,4



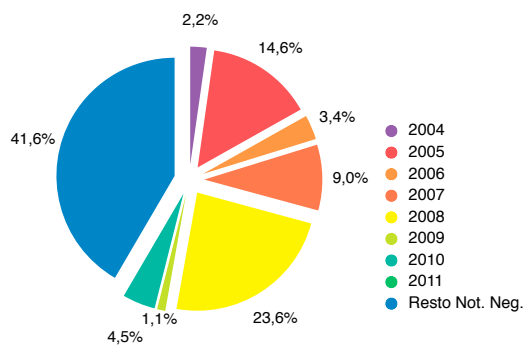
Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.1.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

Las noticias de carácter negativo publicadas sobre hospitales públicos representan en el 2004 el 2,2% sobre el total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales, en 2005 el 14,6%; en 2006 el 3,4%; en 2007 el 9%; en 2008 el 23,6%; en 2009 el 1,1%; en 2010 el 4,5% y en 2011 ninguna.

Gráfico 81: Hospitales Públicos por periodos temporales II.

	Neg. Hosp. Pub.	%
2004	2	2,2%
2005	13	14,6%
2006	3	3,4%
2007	8	9%
2008	21	23,6%
2009	1	1,1%
2010	4	4,5%
2011	0	0%
TOTAL	52	58,4%

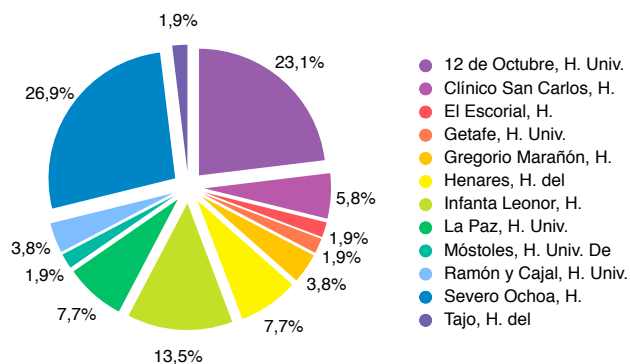


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.1.5. Por Hospitales

Gráfico 82: Noticias negativas por Hospitales Públicos.

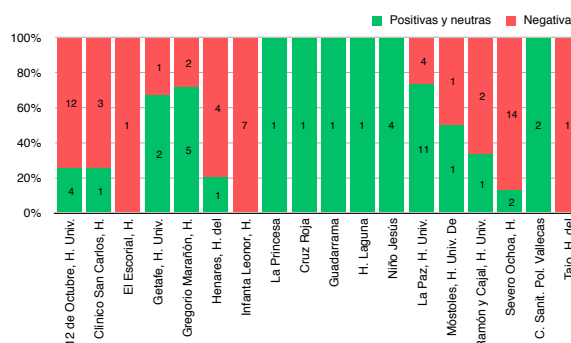
12 de Octubre, H. Univ.	12	23,08%
Clínico San Carlos, H.	3	5,77%
El Escorial, H.	1	1,92%
Getafe, H. Univ.	1	1,92%
Gregorio Marañón, H.	2	3,85%
Henares, H. del	4	7,69%
Infanta Leonor, H.	7	13,46%
La Paz, H. Univ.	4	7,69%
Móstoles, H. Univ. De	1	1,92%
Ramón y Cajal, H. Univ.	2	3,85%
Severo Ochoa, H.	14	26,92%
Tajo, H. del	1	1,92%
TOTAL	52	100,00%



Fuente: Elaboración propia.

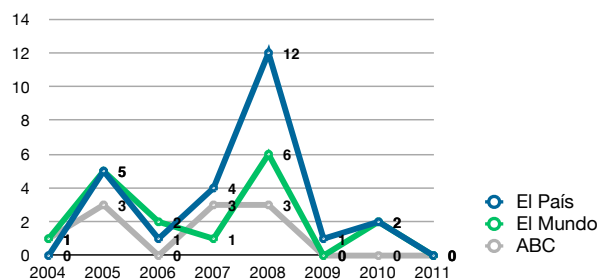
Por hospitales, el Severo Ochoa de Leganés es el que ha generado más noticias de crisis, concretamente el 26,92%. El “caso de las sedaciones irregulares” ha sido el responsable de ello. El Doce de Octubre, ha provocado 12 noticias negativas, el 23,08% del total, por el caso de la “bacteria”. Sobre el Infanta Leonor se han publicado 7 noticias negativas, el 13,46%.

Gráfico 83: Proporción por Hospital Público.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 84: Noticias negativas sobre Hospitales Públicos por soporte y por periodo temporal.

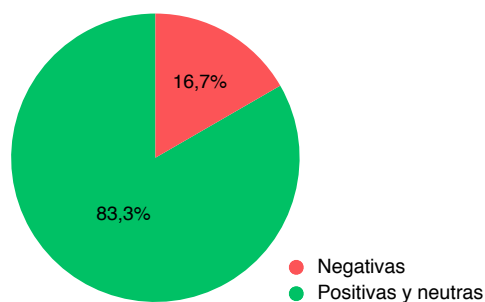


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.2. Hospitales privados

En la muestra de noticias analizada se han publicado 6 noticias de este tipo, de las cuales 1 (16,7%) es negativa.

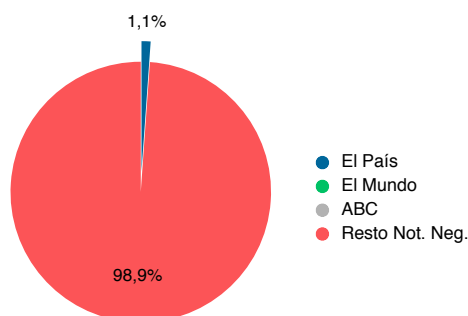
Gráfico 85: Valoración de las Noticias sobre Hospitales Privados.



Fuente: Elaboración propia.

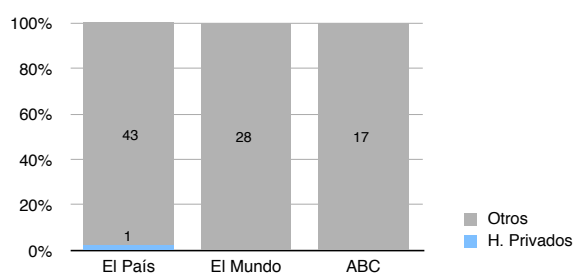
3.2.3.2.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas.

La noticia negativa sobre hospitales privados publicada por El País representa el 1,1% del total de negativas publicadas por los tres periódicos examinados.

Gráfico 86: Hospitales Privados por Soporte I.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.3.2.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

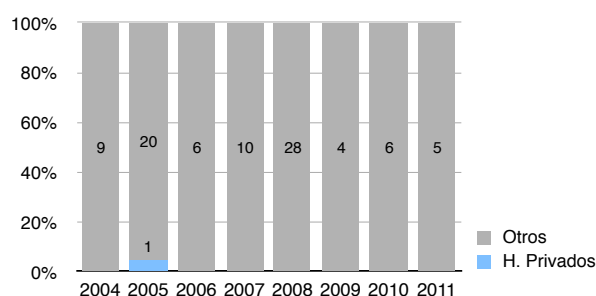
El único diario que ha publicado una noticia negativa sobre un hospital de propiedad privada fue El País en el 2005 en referencia al Hospital de Madrid. Este dato se traduce en que esta noticia es el 2,38% de las que ha publicado este diario en los ocho periodos.

Gráfico 87: Hospitales Privados por Soporte II.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.3.2.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos.

2005 fue el único periodo anual analizado en el que se publica 1 noticia acerca de situaciones de crisis en esta categoría, siendo 5% el porcentaje sobre el total de noticias negativas estudiadas de ese año.

Gráfico 88: Hospitales Privados por periodo temporal I.

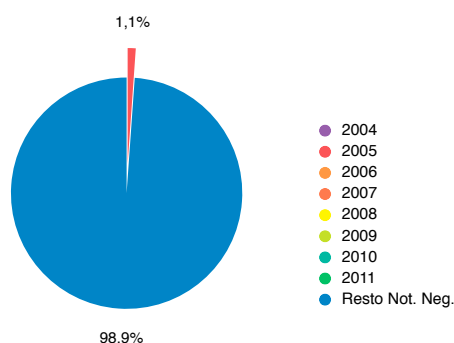


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.2.4. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas

La noticia publicada sobre hospitales privados representa en el 2005 el 1,1% sobre el total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales. El resto de los años, no hay noticias negativas sobre hospitales privados.

Gráfico 89: Hospitales Privados por periodo temporal II.

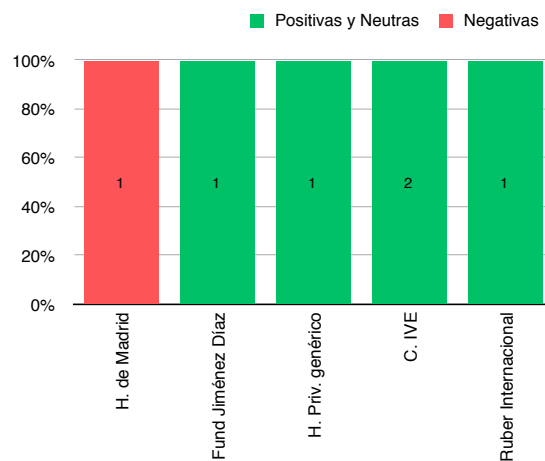


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.2.5. Por hospitales

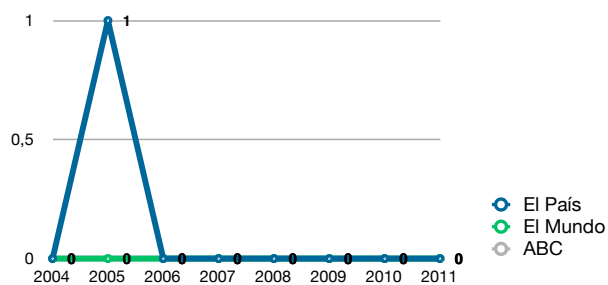
Gráfico 90: Proporción por Hospital Privado .

	Neg.	Post/ Netr
H. de Madrid	1	0
Fund Jiménez Díaz	0	1
H. Priv. genérico	0	1
C. IVE	0	2
Ruber Internacional	0	1
TOTAL	1	5



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 91: Noticias negativas sobre Hospitales Privados por soporte y por periodo temporal.

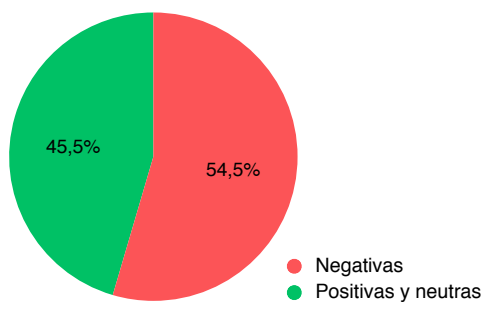


Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.3. Temas genéricos

En la muestra de noticias analizada se han publicado 66 de este tipo, de las que 36 (54,5%) son negativas.

Gráfico 92: Valoración de las Noticias sobre Temas Genéricos .



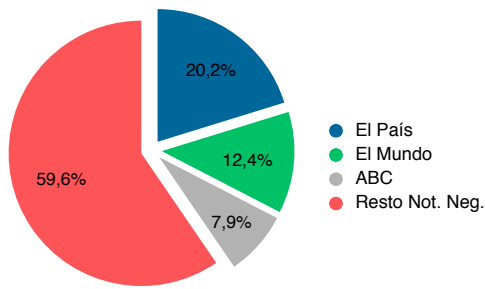
Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.3.1. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas.

Por soportes analizados, El País es el que más noticias negativas catalogadas como temas genéricos ha publicado, concretamente 18, lo que porcentualmente se corresponde con el 20,2% del total de noticias negativas aparecidas en los tres periódicos analizados. El Mundo ha publicado 11, que es el 12,4% sobre el total de noticias negativas y ABC publicó 7 que supone el 7,9% sobre la misma referencia.

Gráfico 93: Temas Genéricos por Soportes I.

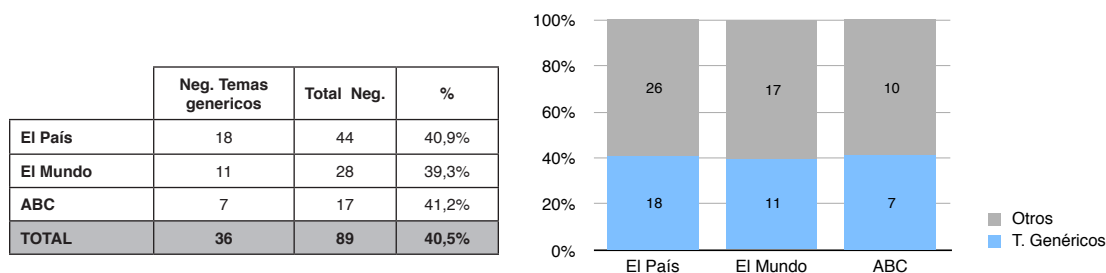
El País	18	20,2%
El Mundo	11	12,4%
ABC	7	7,9%
TOTAL	36	40,5%



Fuente: Elaboración propia.

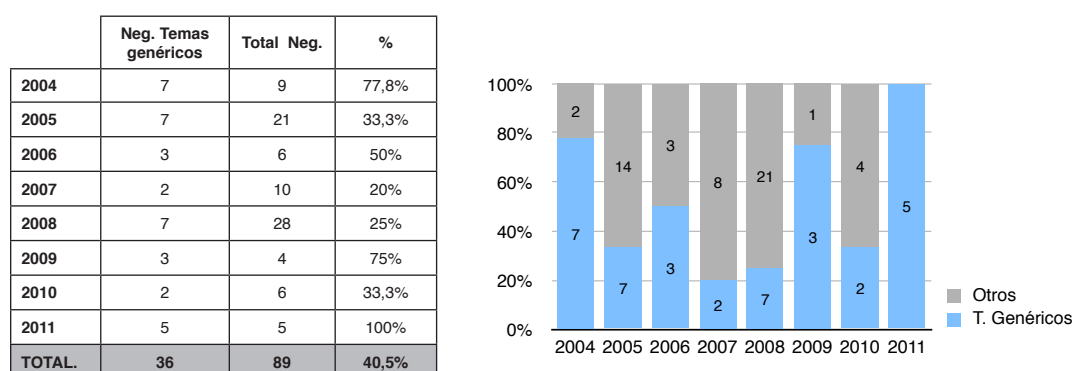
3.2.3.3.2. Por soportes respecto al total de noticias negativas publicadas en cada periódico

Para El País las noticias publicadas sobre temas genéricos es el 40,9% de las noticias de crisis hospitalarias de este diario, para El Mundo este porcentaje es del 39,3% y para ABC del 41,2%.

Gráfico 94: Temas Genéricos por Soportes II.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.3.3.3. Por periodos temporales respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de ellos

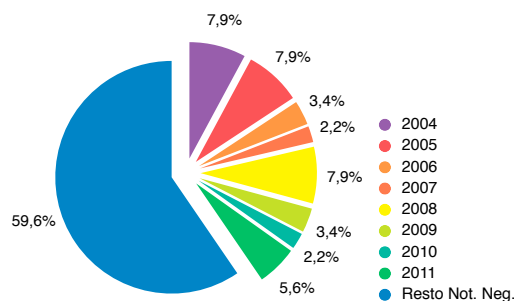
Aunque tanto en los periodos analizados del 2004, 2005 y 2008 se publican el mismo número de noticias negativas de esta categoría, 7, en el primer caso suponen el 77,8% del total de noticias negativas de ese espacio temporal, en el segundo el 33,3% y en el tercero el 25%. En esas mismas fechas del 2006 y del 2009 aparecen, entre los tres periódicos, 3 noticias negativas catalogadas como temas genéricos, pero mientras que en el primer caso es el 50% del total de noticias de crisis relacionadas con el tema de estudio de esos días, en el segundo es el 75%. En 2011 todas (100%) las noticias negativas, 5, están incluidas en esta categoría.

Gráfico 95: Temas Genéricos por periodo temporal I.**Fuente:** Elaboración propia.

Las noticias publicadas sobre temas genéricos representan en el 2004, 2005 y 2008, el 7,9% sobre el total de noticias negativas publicadas en los ocho periodos temporales, en 2011 el 5,6%. En 2006 y 2009 el 3,4% y en 2007 y 2010 el 2,2%.

Gráfico 96: Temas Genéricos por periodo temporal II.

	Neg. Temas genéricos.	%
2004	7	7,9%
2005	7	7,9%
2006	3	3,4%
2007	2	2,2%
2008	7	7,9%
2009	3	3,4%
2010	2	2,2%
2011	5	5,6%
Resto Not. Neg.	53	59,6%



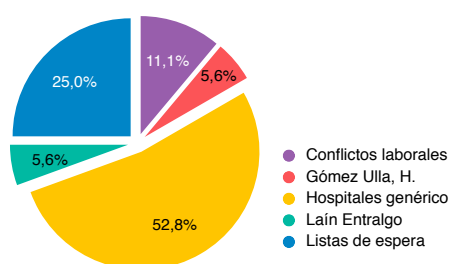
Fuente: Elaboración propia.

3.2.3.3.4. Por temas genéricos

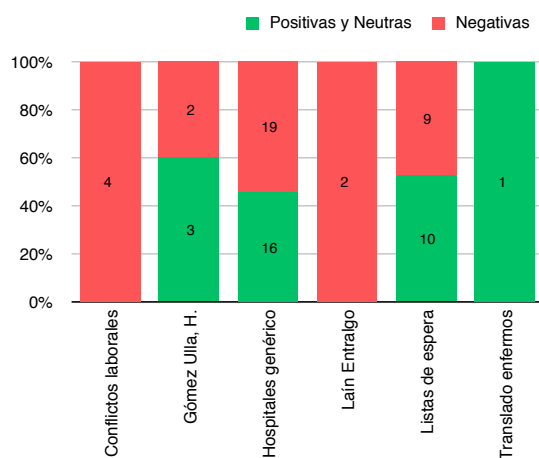
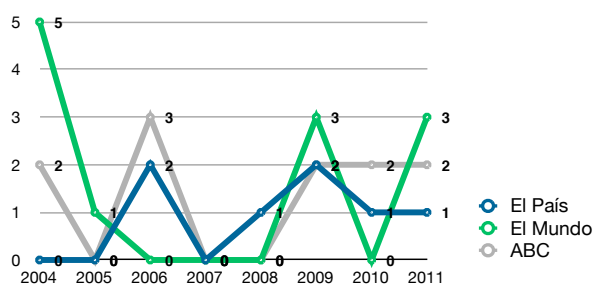
Por temas, las noticias sobre hospitales en genérico ha sido el que más noticias negativas han generado, el 52,78% de esta categoría. A continuación, el 25% corresponde a listas de espera. El uso civil del hospital Gómez Ulla y la Agencia Laín Entralgo generaron el 5,56% cada una. Los conflictos laborales fueron objeto de cuatro noticias negativas, 11,11% del total de esta categoría.

Gráfico 97: Temas Genéricos.

Conflictos laborales	4	11,11%
Gómez Ulla, H.	2	5,56%
Hospitales genérico	19	52,78%
Laín Entralgo	2	5,56%
Listas de espera	9	25,00%
TOTAL	36	100,00%



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 98: Proporción por Tema Genérico.**Fuente:** Elaboración propia.**Gráfico 99:** Noticias negativas sobre Temas Genéricos por soporte y por periodo temporal.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.3.4. Conclusiones: institución protagonista de la noticia

- La categoría que se ha reflejado en más ocasiones (55,6%) en las noticias publicadas es Hospitales Públicos de la Comunidad de Madrid. Este porcentaje aumenta si únicamente tenemos en cuenta aquellas con enfoque negativo (57,8%)
- El País es el que hace más referencias negativas a hospitales Públicos de la Comunidad de Madrid (25), seguido de El Mundo (17) y por último ABC (10)
- Sin embargo, proporcionalmente en cuanto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de los diarios, las relativas a hospitales Públicos es mayor en El Mundo (58,8%), después ABC (57,1%) y finalmente El País (56,8%).
- El periodo temporal en el que, en valores absolutos, hay un mayor número de referencias negativas a hospitales públicos de la Comunidad (21) es 2008 que suponen el 75% de las noticias negativas en el espacio de tiempo estudiado de ese año.
- Teniendo en cuenta los periodos correspondientes a año electoral, en 2007 se publican 8 noticias negativas referentes hospitales públicos que suponen el 80% de las noticias negativas publicadas en ese periodo temporal. Sin embargo, en 2011 no hay ninguna noticia que se encuadre en esta categoría.
- El hospital que tiene una mayor aparición en los soportes respecto a situaciones con connotación negativa es el Severo Ochoa de Leganés (26,92%) seguido por el Doce de Octubre (23,08%)
- De las 6 noticias publicadas sobre hospitales privados de la CAM, sólo una tiene carácter negativo. Concretamente, en 2005, El País publica una sobre el Hospital de Madrid.
- El 40,7% de las noticias publicadas trata de temas genéricos, porcentaje que se mantiene si sólo tenemos en cuenta las de carácter negativo (40,4%)
- El País es el que hace más referencias negativas a temas genéricos (18), seguido de El Mundo (11) y por último ABC (7)
- Sin embargo, proporcionalmente en cuanto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de los diarios, las relativas a temas genéricos es mayor en ABC (41,2%), después en El País (40,9%) y finalmente El Mundo (39,3%).
- Teniendo en cuenta los periodos correspondientes a año electoral se da la situación inversa a la de las noticias referentes a hospitales públicos. 2007 es el periodo temporal en el que la proporción de noticias negativas referidas a temas genéricos es menor respecto al total de noticias negativas publicadas (20%) y en 2011 la totalidad de las noticias negativas publicadas se refieren a temas genéricos.

3.2.4. Fuentes mencionadas en la noticia

Hemos considerado fuente periodística todo aquel emisor de datos, entidad, persona o documento mencionados explícitamente en las noticias analizadas. Por tanto, en este nivel de investigación hemos tenido que reducirlas a las fuentes Públicas, es decir, aquellas que puede identificarse y definirse como origen o complemento de la información, de atribución directa. Hemos incluido tanto fuentes primarias como secundarias. Las categorías de las fuentes han sido los siguientes:

Fuentes hospitalarias

- **Dirección:** Se corresponden con la interpretación oficial de la institución. La información se suele recoger de notas de prensa y documentación facilitada por el departamento de comunicación del hospital. Por ejemplo, *El gerente del Ramón y Cajal asegura que el problema no está afectando la atención en las urgencias*. (El País, 2008).
- **Empleados Médicos:** Son declaraciones del personal médico de los hospitales. Por ejemplo, *La respuesta que nos dan, explicó ayer un R-1, es que busquemos la supervisión de nuestro cirujano adjunto, cuando saben que ya no existe esa figura*. (El País, 2008).
- **Otros Empleados:** Son manifestaciones que realiza personal no sanitario del centro sanitario. Por ejemplo, *El aula del hospital es un apoyo vital para un niño enfermo, dice Charo del Rey, directora del colegio del Hospital del Niño Jesús de Madrid* (ABC, 2011).
- **Sindicatos:** Organizaciones sindicales que representan a los trabajadores de los hospitales. Por ejemplo, *El motivo de la huelga es, según Femyts, que el gobierno autonómico maltrata a sus Médicos, incumple acuerdos ya negociados y se niega a buscar soluciones a la crisis por la que atraviesa la sanidad pública*. (ABC, 2008).
- **Otros:** Aquellas asociaciones que tienen una relación directa con los hospitales o con las personas que trabajan en los mismos. Por ejemplo, *Fernando Marín, presidente de la asociación Derecho a Morir Dignamente, admite que reciben muchas experiencias de mala muerte en los hospitales* (El País, 2010).

Pacientes y familiares

Son los testimonios de Pacientes u otras personas que los representan tanto a nivel particular como asociativo. Por ejemplo, *Los hijos de María Antonia Liébana veían que el hospital actuaba como si nada pasara* (El País, 2010)

Administraciones públicas

- **Autonómica:** Aquellas que ofrecen información oficial de las autoridades autonómicas de la Comunidad de Madrid, como las consejerías, habitualmente la de Sanidad y la presidencia del gobierno autonómico, así como las declaraciones de sus representantes. Por ejemplo, *El consejero de sanidad de la Comunidad de Madrid, Juan José Güemes, anuncia que el servicio de citación en internet entrará en vigor en toda la región a partir de este verano* (El Mundo, 2009).
- **Central:** Aquellas que ofrecen información oficial de las autoridades del gobierno central del estado, como los ministerios y la presidencia del gobierno, así como las declaraciones de sus representantes. Por ejemplo, *La sanidad militar ha aplicado todos los protocolos de prevención y de actuación, siguiendo el Plan Nacional de Preparación y Respuesta ante una pandemia de gripe, dice el comunicado del Ministerio* (El Mundo, 2009).
- **Resoluciones Judiciales:** Sentencias y Resoluciones Judiciales. Por ejemplo, *El TSJM ha declarado nulo el traslado de profesionales de los hospitales tradicionales a los nuevos que hizo la Consejería de Sanidad en 2007* (El País, 2010).
- **Otros:** Declaraciones y documentos proporcionados por Otros estamentos de la Administración Pública como pueden ser autoridades municipales.

Partidos políticos

- **Partido Popular:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros del PP. Por ejemplo, *Mario Mingo, el portavoz Popular de sanidad en el Congreso exigió mayor transparencia informativa con la enfermedad* (El País, 2009).
- **Partido Socialista Obrero Español:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros del PSOE. Por ejemplo, *La portavoz socialista acusó a la presidenta de la Comunidad de mentir cuando dijo que Madrid tendría las mejores unidades de España* (El Mundo, 2008).
- **Izquierda Unida:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros de IU. Por ejemplo, *El candidato de IU, Gregorio Gordo, cree que los nuevos hospitales de Aguirre son meros recipientes porque ahora hay menos Médicos que antes en la región* (El Mundo, 2011).
- **Otros:** Declaraciones o documentos elaborados por miembros de otros partidos Políticos.

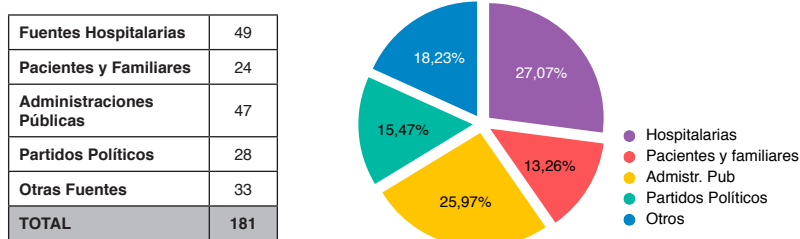
Otros

Todas aquellas manifestaciones o documentos realizados por cualquier persona o entidad no contemplada en alguna de las categorías analizadas. Hemos incluido en este apartado las agencias de noticias. Por ejemplo, *Santiago Barambio, presidente de la Asociación de Clínicas*

Acreditadas para la Interrupción Voluntaria del Embarazo (Acai) pidió un reglamento que concrete el poco esclarecedor texto de la nueva Ley del Aborto. (El Mundo, 2010).

En las 87 noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 181 fuentes. De ellas, 49 (27,07%) son fuentes Hospitalarias, 24 (13,26%) Pacientes y Familiares, 47 (25,97%) Administraciones Públicas, 28 (15,47%) Partidos Políticos y 33 (18,23%) Otras fuentes.

Gráfico 100: Categorías de fuentes en noticias negativas.



Fuente: Elaboración propia.

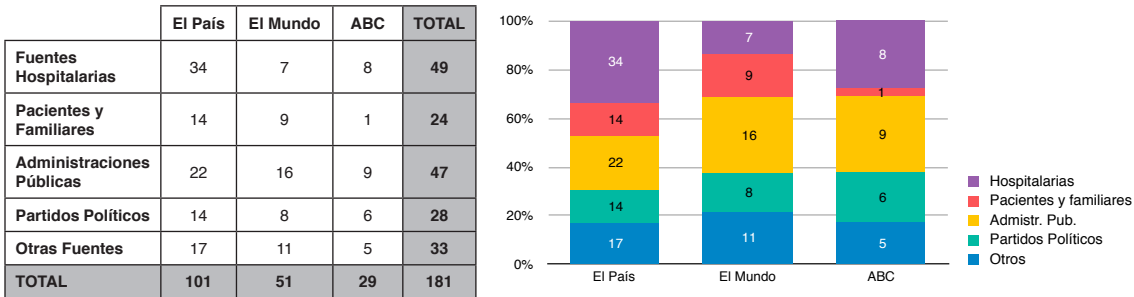
3.2.4.1. Por soportes

De las 101 fuentes informativas que menciona El País en sus noticias de carácter negativo, las más numerosas son las Hospitalarias 34 (33,66%), 22 (21,78%) de Administraciones Públicas, 17 (16,83%) de Otras Fuentes y 14 (13,86%) de Partidos Políticos y Pacientes/Familiares respectivamente.

El Mundo utiliza de manera explícita 51 fuentes informativas en sus noticias con enfoque crítico, 16 (31,37%) de Administraciones Públicas, 11 (21,57%) son de Otras Fuentes, 9 (17,65%) de Pacientes/Familiares, 8 de Partidos Políticos (15,69%) y 7 (13,72%) Hospitalarias.

ABC nombra en 29 ocasiones sus fuentes en las noticias negativas analizadas. Las que aparecen con mayor frecuencia son las Administraciones Públicas, en 9 (31,03%) de sus noticias, en 8 (27,59%) a las Hospitalarias, en 6 (20,69%) a los Partidos Políticos, en 5 (17,24%) Otras Fuentes y en sólo un caso (3,45%) a los Pacientes y Familiares.

Gráfico 101: Categorías de fuentes por soporte en noticias negativas I.

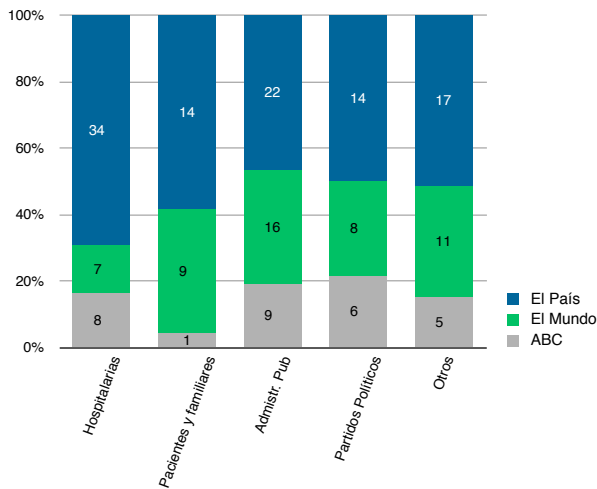


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.2. Por tipo de fuentes

Las fuentes Hospitalarias se mencionaron en 49 noticias, 34 (69,38%) en El País, 7 (14,28%) en El Mundo y 8 (16,33%) en ABC. Los Pacientes y Familiares fueron los proveedores de información en 24 noticias, 14 (58,33%) en El País, 9 (37,5%) en El Mundo y 1 (4,16%) en ABC. Figuran como fuentes las Administraciones Públicas en 47 noticias, 22 (46,8%) en El País, 16 (34,04%) en El Mundo y 9 (19,14%) en ABC. Los Partidos Políticos son la fuente de 28 noticias; 14 (50%) en El País, 8 (28,57%) en El Mundo y 6 (21,42%) en ABC. Otras fuentes son nombradas en 33 noticias; 17 (51,51%) en El País, 11 (33,33%) en El Mundo y 5 (15,15%) en ABC.

Gráfico 102: Categorías de fuentes por soporte en noticias negativas II.



Fuente: Elaboración propia.

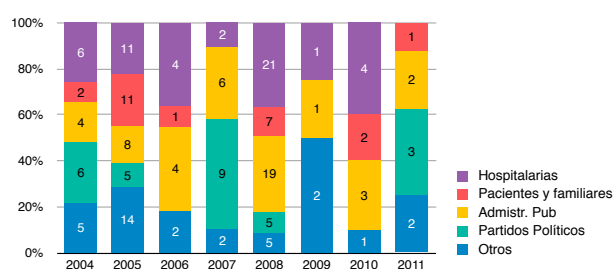
3.2.4.3. Por periodos temporales:

Ni en el periodo temporal de 2006 ni en el de 2009 se publica ninguna noticia cuyas fuentes sean Partidos Políticos; tampoco en el periodo temporal de 2009 se publica ninguna noticia en la que la fuente sea Pacientes y Familiares y en 2011 ninguna cuyas fuentes sean las catalogadas como Hospitalarias.

Los años que coinciden con campañas electorales son aquellos en los que la proporción de noticias cuyas fuentes son los Partidos Políticos son mayores, 47,37% en la campaña electoral de 2007 y 37,5% en la de 2011.

Gráfico 103: Categorías de fuentes por periodo temporal en noticias negativas.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Fuentes Hospitalarias	6	11	4	2	21	1	4	0	49
Pacientes y Familiares	2	11	1	0	7	0	2	1	24
Administraciones Públicas	4	8	4	6	19	1	3	2	47
Partidos Políticos	6	5	0	9	5	0	0	3	28
Otras Fuentes	5	14	2	2	5	2	1	2	33
TOTAL	23	49	11	19	57	4	10	8	181

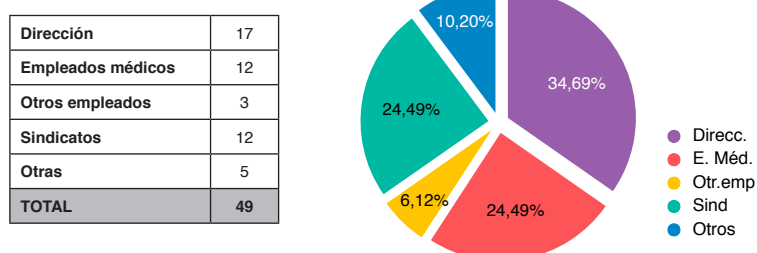


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.4. Hospitalarias

En las noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 49 fuentes Hospitalarias. En 17 (34,69%) la información es proporcionada por la Dirección, en 12 (24,49%) por Empleados Médicos y en la misma cantidad por Sindicatos. Otras fuentes Hospitalarias, como la Asociación para la Defensa del Hospital de Leganés o la Asociación por el Derecho a Morir Dignamente, se mencionan en 5 ocasiones (10,20%) y han actuado como fuentes informativas Empleados no Sanitarios en 3 noticias (6,12%).

Gráfico 104: Categorías de Fuentes Hospitalarias en noticias negativas.



Fuente: Elaboración propia.

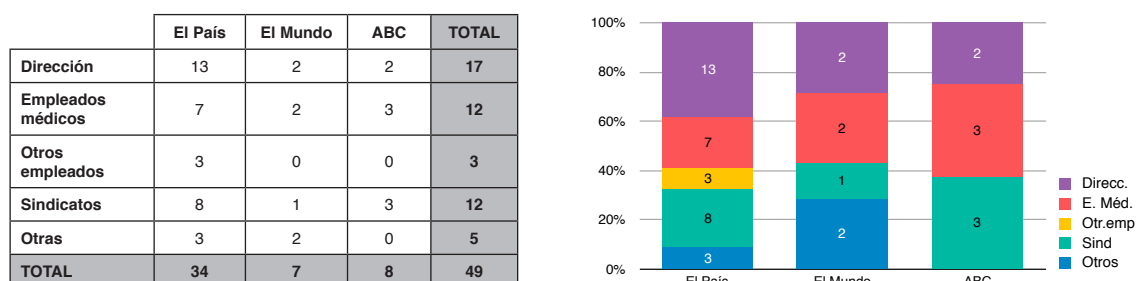
3.2.4.4.1. Por soportes:

De las 34 fuentes informativas que menciona El País catalogadas como Hospitalarias, las más numerosas son las de Dirección 13 (38,23%), 8 (23,53%) de Sindicatos, 7 (20,59%) de Empleados Médicos y 3 (8,82%) de Empleados no Sanitarios y otras fuentes Hospitalarias.

El Mundo utiliza de manera explícita 7 fuentes Hospitalarias en sus noticias, 2 (28,57%) de Dirección, Empleados Médicos y otras fuentes Hospitalarias respectivamente. En una (14,28%) ocasión la fuente hospitalaria son los Sindicatos. No han utilizado Empleados no Sanitarios como fuente informativa.

ABC nombra en 8 ocasiones sus fuentes Hospitalarias. Las que aparecen con mayor frecuencia son los Sindicatos y los Empleados Médicos, en 3 (37,5%) de sus noticias respectivamente. En 2 (28,57%) son la Dirección hospitalaria. No se emplean como fuentes Empleados no Sanitarios ni otras fuentes Hospitalarias.

Gráfico 105: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas I.

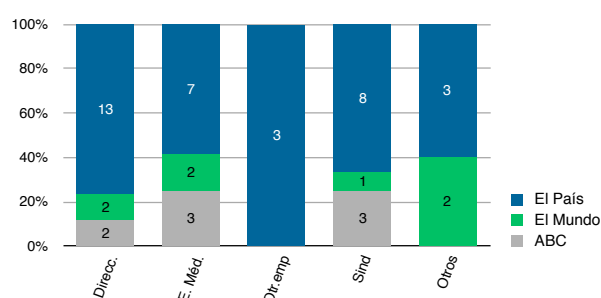


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.4.2. Por tipo de fuentes

Las fuentes Hospitalarias de Dirección se mencionaron en 17 ocasiones, 13 (76,47%) en El País y 2 (11,76%) en El Mundo y en ABC. Los Empleados Médicos fueron los proveedores de información en 12 noticias, 7 (58,33%) en El País, 2 (16,66%) en El Mundo y 3 (25%) en ABC. Empleados no Sanitarios figuran como fuentes en 3 noticias, todos ellas en El País. Los Sindicatos son la fuente informativa de 12 noticias; 8 (66,66%) en El País, 1 (8,33%) en El Mundo y 3 (25%) en ABC. Otras fuentes Hospitalarias son nombradas en 5 noticias; 3 (60%) en El País y 2 (40%) en El Mundo.

Gráfico 106: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas II.



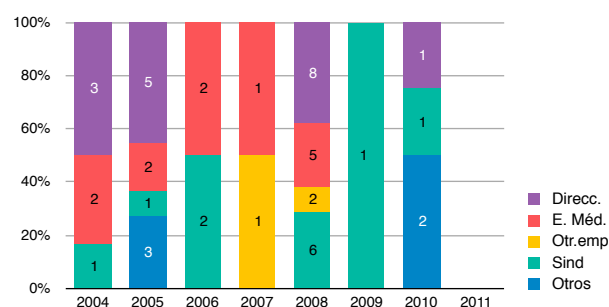
Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.4.3. Por periodos temporales

En el periodo temporal de 2011 no se publica ninguna noticia cuya fuente sea Hospitalaria. En 2009 sólo se publica una noticia que tenga fuente Hospitalaria, concretamente Sindical. En 2006 se reparten al 50% los Empleados Médicos y Sindicatos y en 2007 Empleados Médicos y Empleados no Sanitarios.

Gráfico 107: Categorías de Fuentes Hospitalarias por periodos temporales en noticias negativas.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Dirección	3	5	0	0	8	0	1	0	17
Empleados médicos	2	2	2	1	5	0	0	0	12
Otros empleados	0	0	0	1	2	0	0	0	3
Sindicatos	1	1	2	0	6	1	1	0	12
Otras	0	3	0	0	0	0	2	0	5
TOTAL	6	11	4	2	21	1	4	0	49



Fuente: Elaboración propia.

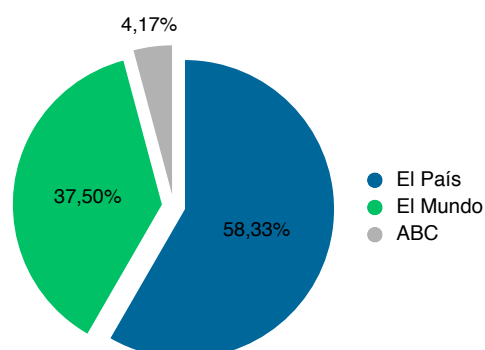
3.2.4.5. Pacientes y familiares

3.2.4.5.1. Por soportes

En 24 noticias aparecen citadas como fuentes Pacientes o Familiares. De ellas, 14 (58,33%) son mencionadas por El País, 9 (37,5%) por El Mundo y sólo 1 (4,17%) por ABC.

Gráfico 108: Fuente Pacientes o familiares por soportes en noticias negativas.

	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
Pacientes y familiares	14	9	1	24



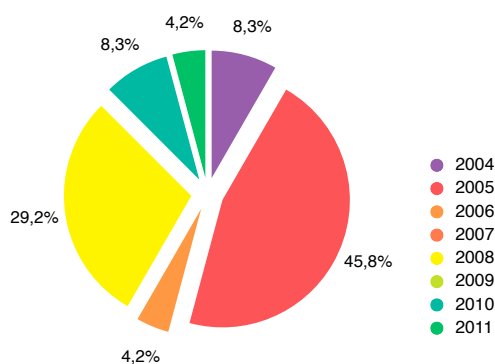
Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.5.2. Por periodos temporales

El periodo temporal en el que aparecen en más ocasiones los Pacientes o Familiares como fuentes informativas fue en 2005, en 11 (45,8%) noticias. A continuación en el periodo temporal de 2008, con 7 (29,2%) menciones. Tanto en 2004 como en 2010 se explicitan como fuentes en 2 (8,3%) noticias cada año. También se repite en los periodos temporales de 2006 y 2011 con una (4,2%) noticia en la que se refleja como fuentes. Ni en 2007 ni en 2009 hay ninguna noticia con esta categoría de fuentes.

Gráfico 109: Fuente Pacientes o familiares por periodos temporales en noticias negativas.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Pacientes y familiares	2	11	1	0	7	0	2	1	24

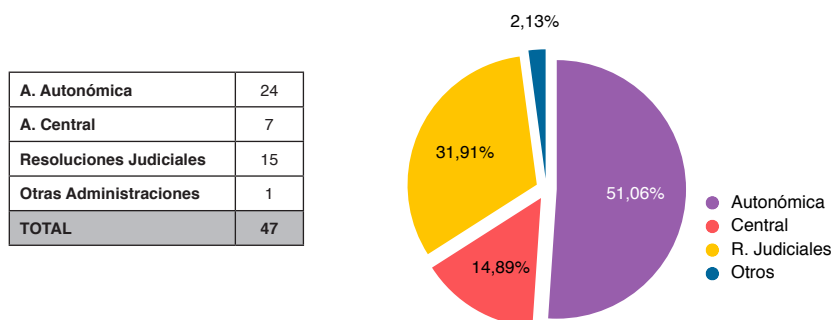


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.6. Administraciones públicas

En las 87 noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 47 fuentes de las Administraciones Públicas. En 24 (51,06%) la información es proporcionada por la Administración Autonómica, en 15 (31,91%) por Resoluciones Judiciales, en 7 (14,89%) por la Administración Central y en 1 por otras fuentes de la Administración (alcalde de Parla).

Gráfico 110: Categorías de fuentes en noticias negativas.



Fuente: Elaboración propia.

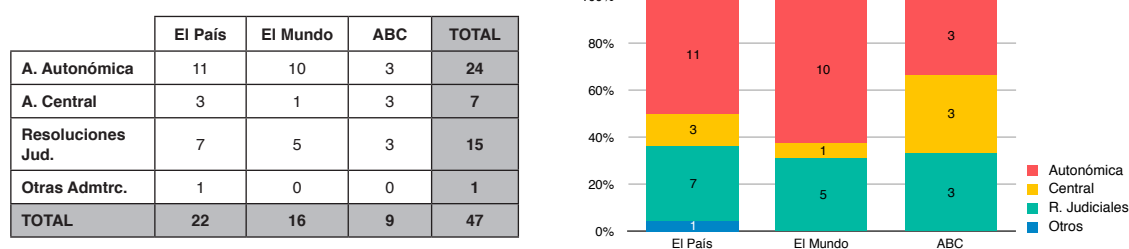
3.2.4.6.1. Por soportes

De las 22 fuentes informativas que menciona El País catalogadas como Administraciones Públicas, las más numerosas son las de A. Autonómica, 11 (50%), 7 (31,82%) de Resoluciones Judiciales, 3 (13,64%) de A. Central y 1 (4,54%) de otras Administraciones.

El Mundo utiliza de manera explícita 16 fuentes de las Administraciones Públicas en sus noticias, 10 (62,5%) de A. Autonómica, 5 (31,25%) de Resoluciones Judiciales y 1 (6,25%) de la A. Central.

ABC nombra en 9 ocasiones sus fuentes de las Administraciones Públicas. En la misma proporción (33,33%) cada una de las siguientes categorías: A. Autonómica, A. Central y Resoluciones Judiciales.

Gráfico 111: Categorías de Fuentes Hospitalarias por soportes en noticias negativas I.

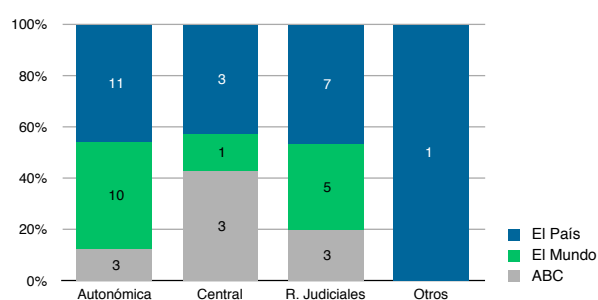


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.6.2. Por tipo de fuentes

Las fuentes de la Administración Autónoma se mencionaron en 24 noticias, 11 (45,83%) en El País, 10 (41,66%) en El Mundo y 3 (12,5%) en ABC. La Administración Central fue la proveedora de información en 7 noticias, 3 (42,86%) en El País, 1 (14,28%) en El Mundo y 3 (42,86%) en ABC. Resoluciones Judiciales figuran como fuentes en 15 noticias, 7 (46,66%) en El País, 5 (33,33%) en El Mundo y 3 (20%) en ABC. Otras Administraciones Públicas es la fuente informativa de 1 noticia, en El País.

Gráfico 112: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por soportes en noticias negativas II.



Fuente: Elaboración propia.

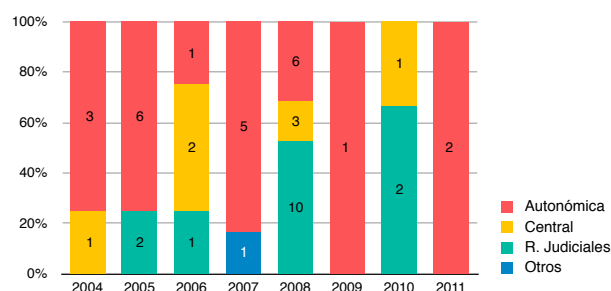
3.2.4.6.3. Por periodos temporales

Sólo en el periodo temporal de 2007 se publica una noticia cuya fuente es Otras Administraciones Públicas. Tanto en 2009 como en 2011 sólo se publican noticias cuya única fuente informativa de Administraciones Públicas es la Autónoma. La Administración Central como fuente informativa sólo aparece en 2004, 2006, 2008 y 2010.

En 2008 es el periodo temporal en el que más intervienen las Resoluciones Judiciales como fuentes informativas. No se utilizan estas fuentes ni en 2004, 2007, 2009 ni 2011.

Gráfico 113: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por periodos temporales en noticias negativas.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
A. Autonómica	3	6	1	5	6	1	0	2	24
A. Central	1	0	2	0	3	0	1	0	7
Resoluciones Jud.	0	2	1	0	10	0	2	0	15
Otras Admtrc.	0	0	0	1	0	0	0	0	1
TOTAL	4	8	4	6	19	1	3	2	47

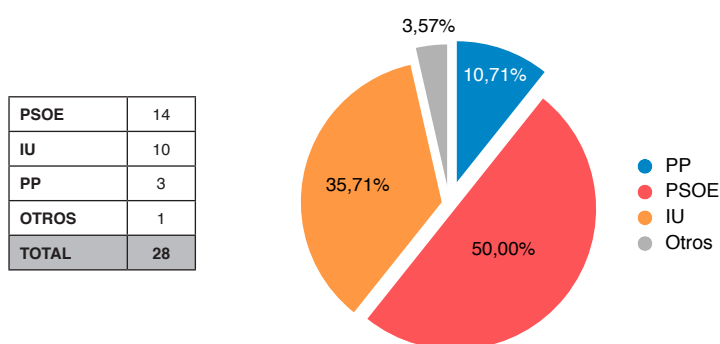


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.7. Partidos políticos

En las 87 noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 28 fuentes de los Partidos Políticos. En 14 (50%) la información es proporcionada por el PSOE, en 10 (35,71%) por IU, en 3 (10,71%) por el PP y en 1 (3,57%) por fuentes de Otros Partidos Políticos.

Gráfico 114: Categorías de Fuentes Partidos políticos en noticias negativas.



Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.7.1. Por soportes

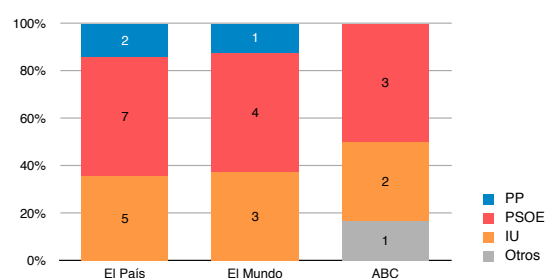
De las 14 fuentes informativas que menciona El País catalogadas como Partidos Políticos, las más numerosas son las del PSOE, 7 (50%), 5 (35,71%) de IU y 2 (14,28%) del PP.

El Mundo utiliza de manera explícita 8 fuentes de Partidos Políticos en sus noticias, 4 (50%) del PSOE, 3 (37,5%) de IU y 1 (12,5%) del PP.

ABC nombra en 6 ocasiones sus fuentes de Partidos Políticos, 3 (50%) del PSOE, 2 (33,33%) de IU y 1 (16,66%) de Otros Partidos Políticos. No nombra al PP como fuente informativa.

Gráfico 115: Categorías de Fuentes Partidos políticos por soportes en noticias negativas I.

	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
PSOE	7	4	3	14
IU	5	3	2	10
PP	2	1	0	3
OTROS	0	0	1	1
TOTAL	14	8	6	28

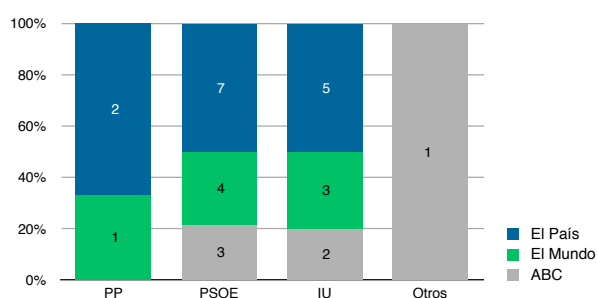


Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.7.2. Por tipo de fuentes

El PSOE fue el proveedor de información en 14 noticias, 7 (50%) en El País, 4 (28,57%) en El Mundo y 3 (21,43%) en ABC. IU figura como fuente en 10 noticias, 5 (50%) en El País, 3 (30%) en El Mundo y 2 (20%) en ABC. El PP como fuente informativa se mencionó en 3 noticias, 2 (66,66%) en El País y 1 (33,33%) en El Mundo. Otros Partidos Políticos es la fuente informativa de 1 noticia, en ABC.

Gráfico 116: Categorías de Fuentes Administraciones Públicas por soportes en noticias negativas II.



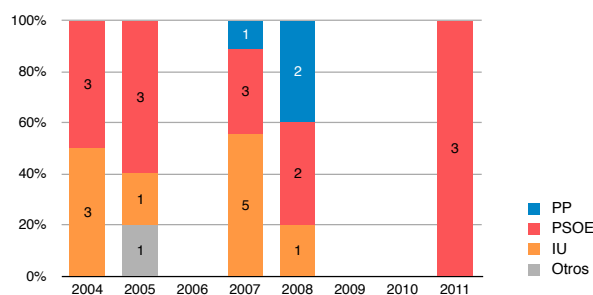
Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.7.3. Por periodos temporales:

Sólo en el periodo temporal de 2005 se publica una noticia cuya fuente sea de Otros Partidos Políticos. Ni en 2006, 2009, 2010 se publican noticias cuya fuente sean los Partidos Políticos. El PP sólo aparece como fuente informativa en el 2007 y 2008.

Gráfico 117: Categorías de Fuentes Partidos políticos por periodos temporales en noticias negativas.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
PSOE	3	3	0	3	2	0	0	3	14
IU	3	1	0	5	1	0	0	0	10
PP	0	0	0	1	2	0	0	0	3
OTROS	0	1	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	6	5	0	9	5	0	0	3	28

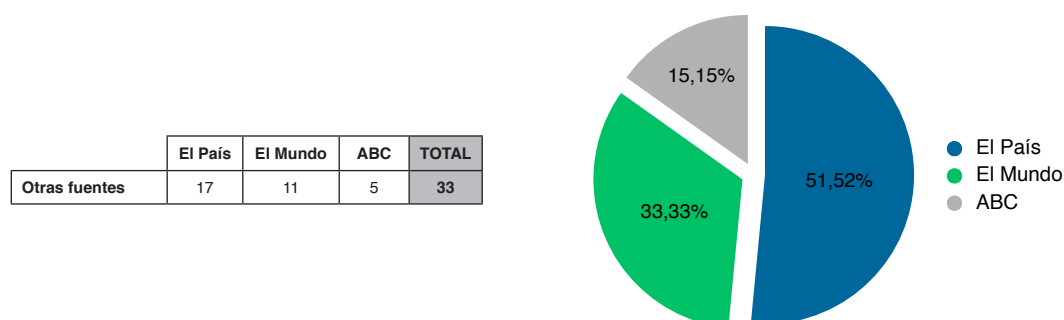


Fuente: Elaboración propia.

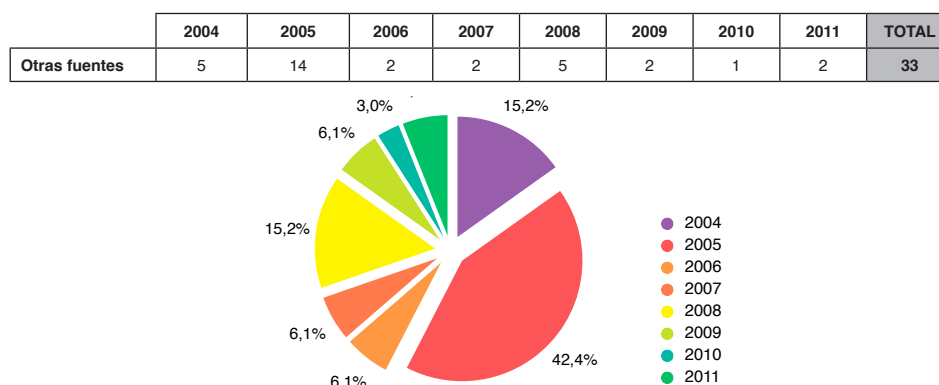
3.2.4.8. Otros

3.2.4.8.1. Por soportes:

En 33 noticias aparecen citadas aquellas que hemos catalogado como Otras Fuentes. De ellas, 17 (51,51%) son mencionadas por El País, 11 (33,33%) por El Mundo y 5 (15,15%) por ABC.

Gráfico 118: Otras fuentes por soportes en noticias negativas.**Fuente:** Elaboración propia.**3.2.4.8.2. Por periodos temporales:**

El periodo temporal en el que aparecen en más ocasiones las Otras Fuentes fue en 2005, en 14 (42,4%) noticias. A continuación en los periodos temporales de 2004 y 2008, con 5 (15,2%) menciones en cada uno. En cuatro periodos temporales, 2006, 2007, 2009 y 2011, se explicitan las catalogadas como Otras Fuentes en 2 (6,1%) noticias cada año. En el periodo temporal de 2010, una (3%) noticia en la que se refleja como Otra Fuente.

Gráfico 119: Otras fuentes por periodos temporales en noticias negativas.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.4.9. Conclusiones: fuentes mencionadas en la noticia

- El diario que en más ocasiones menciona explícitamente sus fuentes es El País (101), seguido por El Mundo (51) y ABC (29).
- Las fuentes que El País menciona con mayor frecuencia son las Hospitalarias (33,66%). El Mundo (31,37%) y ABC (31,03%), Administraciones Públicas.
- El diario que más alusión hace a Pacientes y Familiares es El País (58,33%) y ABC el que menos 4,17%.
- Una de las fuentes informativas fundamentales de las noticias aparecidas en los medios analizados son los comunicados y las declaraciones de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid y las de los partidos de la oposición.
- En Administraciones, la más mencionada es la Autonómica (51,03%). El País hace alusión a esta fuente de la Administración Pública en el 23,4% de los casos, El Mundo en el 21,28% y ABC en el 6,38%.
- El Partido político más frecuentemente mencionado como fuente es el PSOE en el 50% de las ocasiones en cada uno de los tres diarios, seguido de IU y por último el PP en todos los soportes. Sin embargo, en la campaña electoral del año 2007 el más mencionado fue IU en los tres soportes.
- Los años que coinciden con campañas electorales son aquellos en los que la proporción de noticias cuyas fuentes son los Partidos Políticos es mayor, 47,37% en la campaña electoral de 2007 (El País 21,05%; El Mundo 10,53% y ABC 15,79%) y 37,5% en la de 2011 (El País 25%; El Mundo 12,5% y ABC 0%).
- Ni en 2006, 2009, 2010 se publican noticias cuya fuente sean los Partidos Políticos. El PP sólo aparece como fuente informativa en el 2007 y 2008 y en ningún caso en el ABC.
- Otras fuentes, que se refiere a agencias de prensa, encuestas, especialistas, informes periciales, etc. son mencionadas por El País en el 51,5% de los casos, El Mundo en el 33,3% y quien menos recurre a ellas es ABC con el 15,1%.

3.2.5. Posición y elementos iconográficos en la noticia

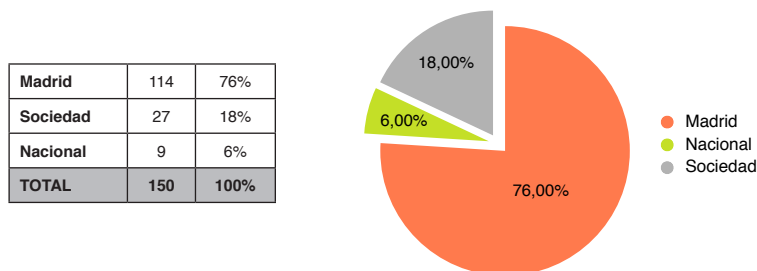
- **Sección de publicación de la noticia.** Se ha determinado la sección en la cual aparecen las noticias, que son Madrid (suplementos diarios de información local), Nacional (noticias de ámbito nacional) y Sociedad.
- **Aparece en la portada.** La portada recoge lo más importante. Esa importancia puede venir determinada por lo que interesa a los propios periodistas, por lo comercial que sea la información o por lo que pueda servir para orientar a la opinión pública.
- **Abre sección.**
- **Página en la que aparece.** El lugar de emplazamiento de una noticia implica una valoración y una forma de opinar. Lo que se sitúa en página impar y en la parte superior tiene mayor repercusión que lo que se sitúa abajo en una página par.
- **Tamaño de la noticia.** Dependiendo del nivel de espacio utilizado para las informaciones, los medios, seleccionan y priorizan los temas tratados. Se le otorga mayor importancia cuantas más líneas y columnas ocupa. Por tanto, el cuerpo de la noticia será mayor cuanto más importante sea considerada la noticia por el periódico.
 - Menos de un cuarto de página.
 - Entre uno y dos cuartos de página.
 - Entre dos y tres cuartos de página.
 - Más de tres cuartos de página pero no completa.
 - Página completa o mayor.
- **Ilustrada con foto.**
- **Ilustrada con gráfico.**

Los textos periodísticos con elementos iconográficos, como las fotografías y los gráficos, tienen más importancia que los que no lo llevan, lo que significa que los diarios se valen de estos recursos para ofrecer relevancia a ciertos temas, y llamar la atención de sus lectores, cumpliendo así con una de las características de la agenda y el *framing*, que establece la forma en que los diarios presentan los temas.

3.2.5.1. Sección de publicación de la noticia

Del total de noticias, el mayor número, 114 (76%), corresponden a las publicadas en la sección Madrid, seguido por las que aparecieron en la sección de Sociedad, 27 (18%), siendo la sección de Nacional la que menos publicó, tan sólo 9 (6%).

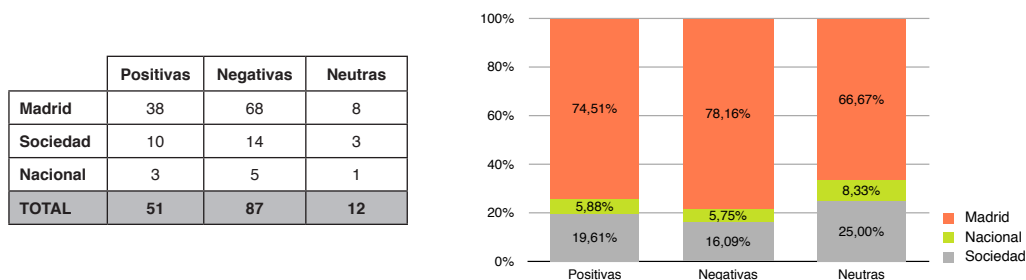
Gráfico 120: Sección de publicación de las noticias.



Fuente: Elaboración propia.

De las 51 noticias valoradas como positivas, 38 (74,5%) fueron publicadas en la sección Madrid y 10 (19,6%) en la sección Sociedad. En España o Nacional se publicaron 3 (5,88%). De las 87 noticias negativas, 68 (78,16%) se publicaron en la sección Madrid, 5 (5,75%) en España o Nacional y 14 (16,09%) en Sociedad. De las 12 noticias neutras, 8 (66,67%) se publicaron en Madrid, 1 (8,33%) en España o Nacional y 3 (25%) en Sociedad.

Gráfico 121: Sección de publicación de las noticias respecto a la categoría valorativa.



Fuente: Elaboración propia.

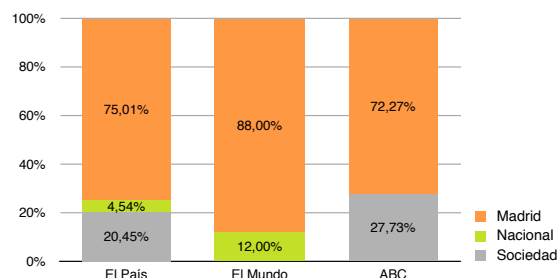
3.2.5.1.1. Noticias negativas por soportes

Siguiendo la tendencia indicada en el apartado anterior, en los tres diarios la mayoría de las noticias de carácter negativo han sido publicadas en la sección Madrid (el 75% en el caso de El País, el 88% en el de El Mundo y el 72,2% en el de ABC). El Mundo no publica ninguna

noticia de carácter negativo en la sección Sociedad y ABC ninguna de carácter negativo en la sección de Nacional.

Gráfico 122: Sección de publicación de las noticias negativas por soporte.

	Madrid	Sociedad	Nacional
El País	33	9	2
El Mundo	22	0	3
ABC	13	5	0
TOTAL	68	14	5



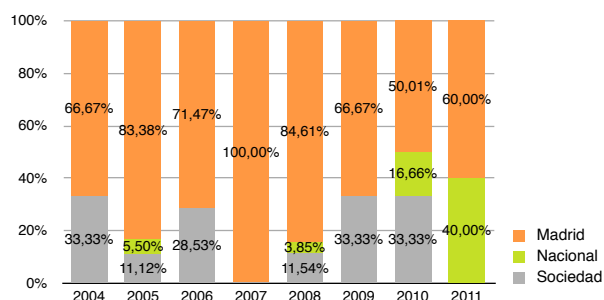
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.1.2. Noticias negativas por periodos temporales

Únicamente en los periodos de campaña electoral no se publicó ninguna noticia de carácter negativo en la sección de Sociedad. Respecto a las aparecidas en la sección de Nacional, no se publicó ninguna con enfoque negativo en 2004, 2006, 2007 y 2009.

Gráfico 123: Sección de publicación de las noticias negativas por periodo temporal.

	Madrid	Sociedad	Nacional
2004	6	3	0
2005	15	2	1
2006	5	2	0
2007	10	0	0
2008	22	3	1
2009	4	2	0
2010	3	2	1
2011	3	0	2
TOTAL.	68	14	5

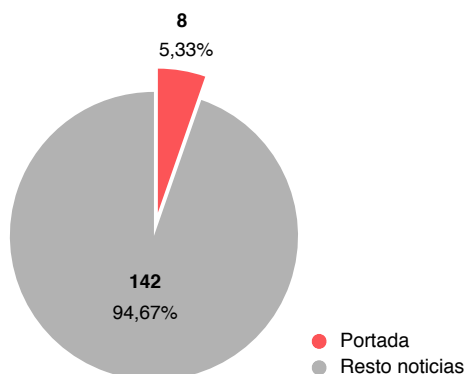


Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.2. Aparece en la portada

El número total de noticias que aparecen en portada son 8 que sobre un total de 150 noticias publicadas sobre temas hospitalarios, suponen un 5,33%.

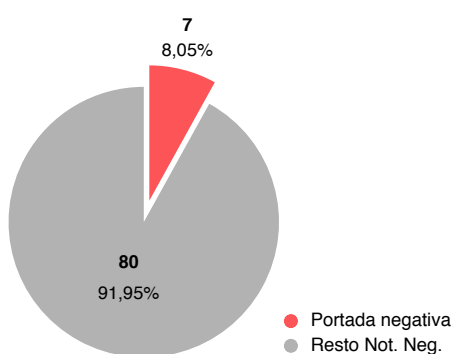
Gráfico 124: Noticias que aparecen en portada.



Fuente: Elaboración propia.

El número total de noticias negativas que son reflejadas en la portada son 7 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 8,05%.

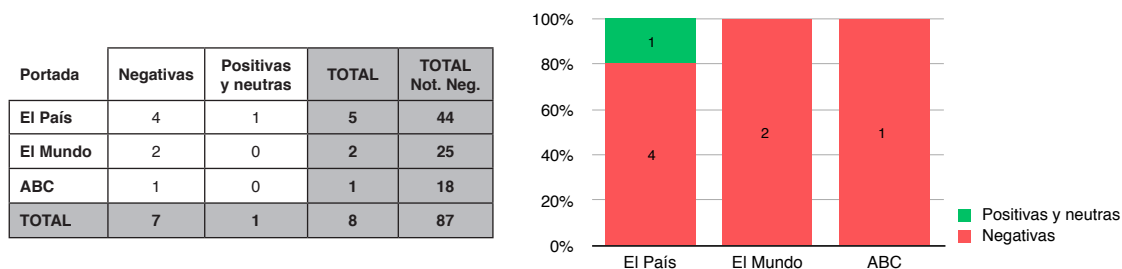
Gráfico 125: Noticias negativas que aparecen en portada.



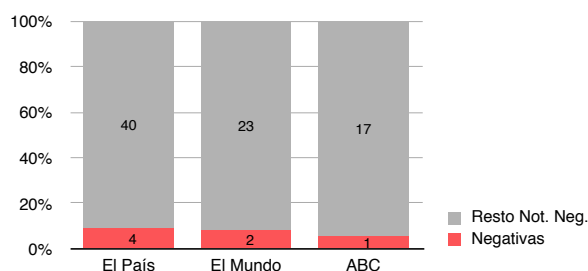
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.2.1. Noticias que aparecen en portada por soportes

De las ocho noticias con aparición en portada sólo una tiene carácter positivo o neutro y la publicó El País, que respecto a las cinco que aparecieron con esta característica supone el 20% de las de este diario.

Gráfico 126: Noticias que aparecen en portada por soporte.**Fuente:** Elaboración propia.

De estas siete noticias negativas que aparecen en portada, El País publicó 4, El Mundo 2 y ABC 1, que se corresponden con el 9,09%, 8% y 5,55% respectivamente respecto al total de las noticias negativas publicadas por cada uno de los periódicos.

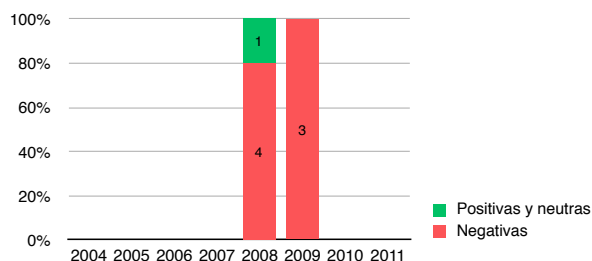
Gráfico 127: Noticias negativas que aparecen en portada por soporte.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.5.2.2. Noticias que aparecen en portada por periodo temporal

La única noticia con aparición en portada con carácter positivo o neutro apareció en el periodo de 2008, y supone el 20% respecto a las cinco publicadas ese año con esta característica.

Gráfico 128: Noticias que aparecen en portada por periodo temporal.

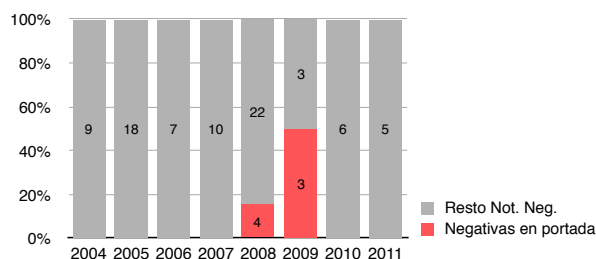
	Negativas	Positivas y neutras	TOTAL	TOTAL Not. Neg.
2004	0	0	0	9
2005	0	0	0	18
2006	0	0	0	7
2007	0	0	0	10
2008	4	1	5	26
2009	3	0	3	6
2010	0	0	0	6
2011	0	0	0	5
TOTAL	7	1	8	87



Fuente: Elaboración propia.

De estas siete noticias negativas que aparecen en portada, 4 se publicaron en el periodo de 2008 que respecto al total de 26 negativas es el 15,38% y 3 en 2009 que se corresponden con el 50% de las negativas publicadas en ese espacio temporal.

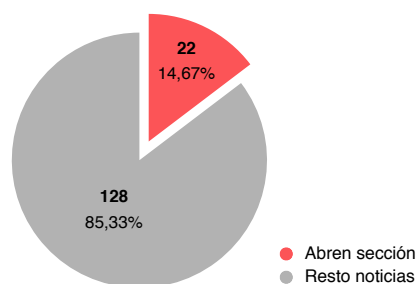
Gráfico 129: Noticias negativas que aparecen en portada por periodo temporal.



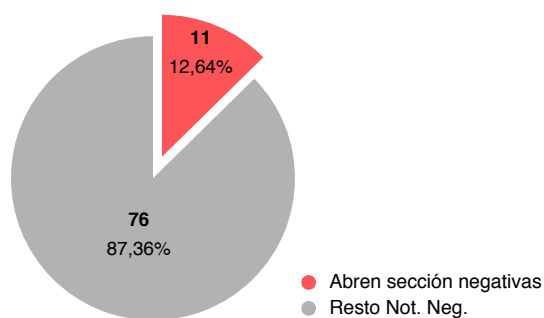
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.3. Abre sección

El número total de noticias que abren sección son 22 que sobre un total de 150 noticias publicadas sobre temas hospitalarios, suponen un 14,67%.

Gráfico 130: Noticias que abren sección.**Fuente:** Elaboración propia.

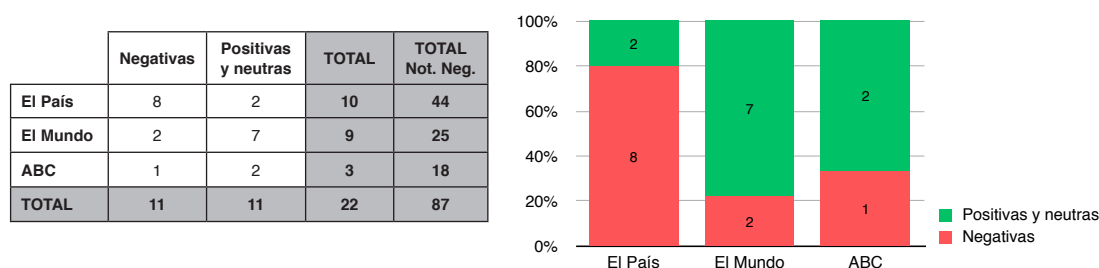
El número total de noticias negativas que abren sección son 11 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 12,64%.

Gráfico 131: Noticias negativas que abren sección.**Fuente:** Elaboración propia.

3.2.5.3.1. Noticias que abren sección por soportes

El País publica 10 noticias que abren sección de las que 8 son negativas (80%). El Mundo 9, de las que 2 (22,2%) tienen connotación negativa y ABC 3, en la que sólo una (33,3%) tiene carácter negativo.

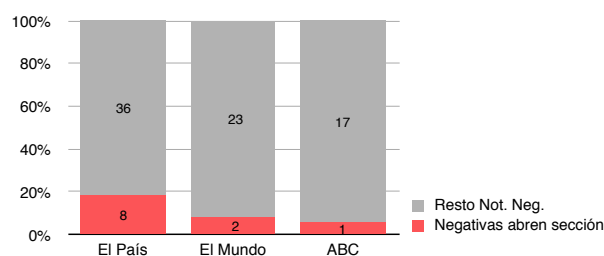
Gráfico 132: Noticias que abren sección por soporte.



Fuente: Elaboración propia.

De estas once noticias negativas que abren sección, El País publicó 8, El Mundo 2 y ABC 1, que se corresponden con el 18,18%, 8% y 5,55% respectivamente respecto al total de las noticias negativas publicadas por cada uno de los periódicos.

Gráfico 133: Noticias negativas que abren sección por soporte.



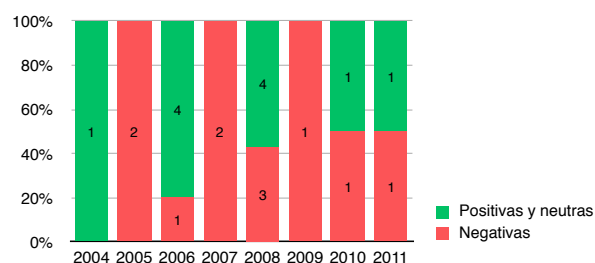
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.3.2. Noticias que abren sección por periodos temporales

En los periodos temporales de 2005, 2007 y 2009 todas las noticias publicadas que abren sección, 2, 2 y 1 respectivamente, tuvieron carácter negativo y en 2004 la única que se publicó tenía carácter positivo. En 2010 y 2011, la proporción fue del 50%. En el periodo temporal de 2006 se publicaron 5 noticias que abren sección, de las que 1 (20%) tenía connotación negativa. En el de 2008 fueron 7 y de ellas 3 (42,85%) se refería a una crisis.

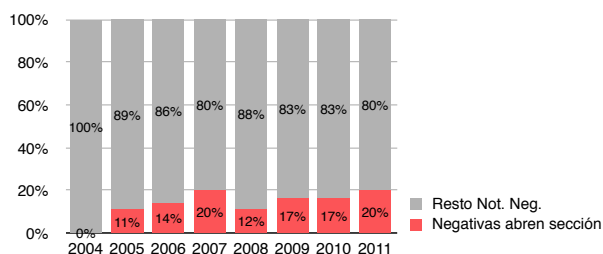
Gráfico 134: Noticias que abren sección por periodo temporal I.

	Negativas	Positivas y neutras	TOTAL	TOTAL Not. Neg.
2004	0	1	1	9
2005	2	0	2	18
2006	1	4	5	7
2007	2	0	2	10
2008	3	4	7	26
2009	1	0	1	6
2010	1	1	2	6
2011	1	1	2	5
TOTAL	11	11	22	87



Fuente: Elaboración propia.

Los periodos temporales en los que la proporción de noticias negativas que abren sección respecto a las que no lo hacen fue mayor (20%) fueron 2007 y 2011 aunque en el primer caso el valor absoluto es 2 y en el segundo 1. Ambos corresponden a campaña electoral. En 2008 se publican 3 negativas de esta categoría pero como el total es mucho mayor (26), el porcentaje desciende al 11,54%. En el de 2004 ninguna noticia negativa abre sección.

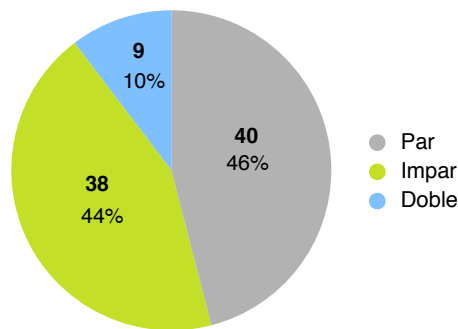
Gráfico 135: Noticias negativas que abren sección por periodo temporal II.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.4. Página en la que aparece la noticia negativa

Del total de noticias negativas 40 (45,98%) aparecen en página par, 38 (43,68%) en impar y 9 (10,34%) en dos o más páginas.

Gráfico 136: Páginas en las que aparecen las noticias negativas .



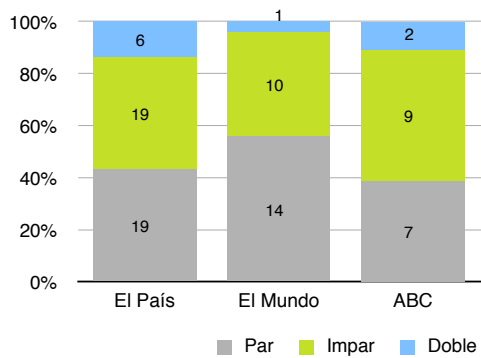
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.4.1. Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soportes

El País publica el mismo número de noticias de carácter negativo en página par y en página impar, 19 (43,2%) y 6 en varias páginas (13,64%). El Mundo publica 14 (56%) noticias negativas en página par, 10 (40%) en impar y 1 (4%) en varias páginas. ABC publica 7 (38,8%) noticias de crisis en página par, 9 (50%) en impar y 2 (11,11%) en varias páginas.

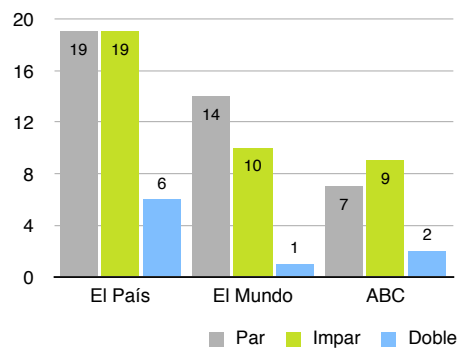
Página	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
PAR	19	14	7	40
IMPAR	19	10	9	38
DOBLE	6	1	2	9
TOTAL	44	25	18	87

Gráfico 137: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soporte I.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 138: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soporte II.



Fuente: Elaboración propia.

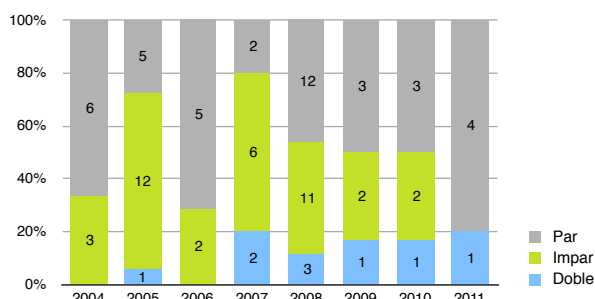
3.2.5.4.2. Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales

Menos los dos periodos temporales en los que la proporción de noticias negativas que se publican en página impar es mayor que los de página par son 2005, con 12 (66,6%) y 2007 con 6 (60%) en el resto es mayor el número de noticias negativas que se publica en página par. En valores absolutos los periodos temporales con mayor número de noticias en página impar son 2005 y 2008 con 11 (42,3%). En 2011 no se publica ninguna noticia con connotación negativa en página impar.

Respecto a noticias negativas con aparición en varias páginas, en los periodos temporales de 2004 y 2006 no se produce en ninguna ocasión. Respecto a aquellos en los que más se produce, en valores absolutos es 2008, con 3 (11,53%) pero en valores porcentuales es 2007 con 2 (20%).

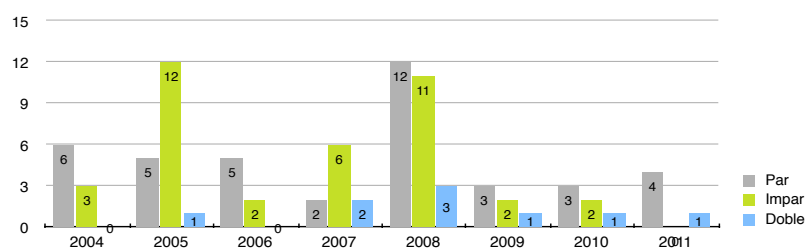
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Par	6	5	5	2	12	3	3	4	40
Impar	3	12	2	6	11	2	2	0	38
Doble	0	1	0	2	3	1	1	1	9
TOTAL	9	18	7	10	26	6	6	5	87

Gráfico 139: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales I.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 140: Páginas en las que aparecen las noticias negativas por periodos temporales II.



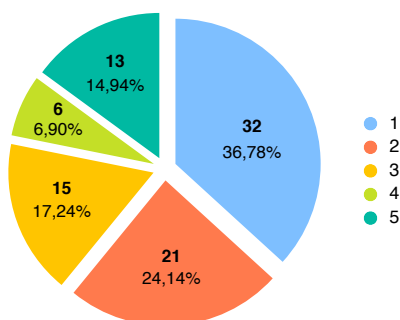
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.5. Tamaño de la noticia negativa

El tamaño de las noticias negativas más frecuente, un 36,78% es el de menos de un cuarto de página y el menor 6,9% el de más de tres cuartos de página pero menor que una página completa.

1	Menos de un cuarto de página
2	Entre uno y dos cuartos de página
3	Entre dos y tres cuartos de página
4	Más de tres cuartos de página pero no completa
5	Página completa o mayor

Gráfico 141: Tamaño de la noticia negativa.



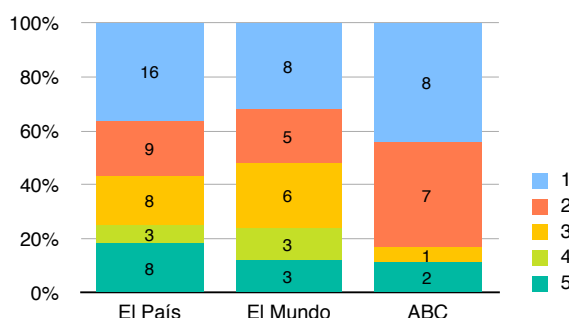
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.5.1. Tamaño de la noticia negativa por soporte

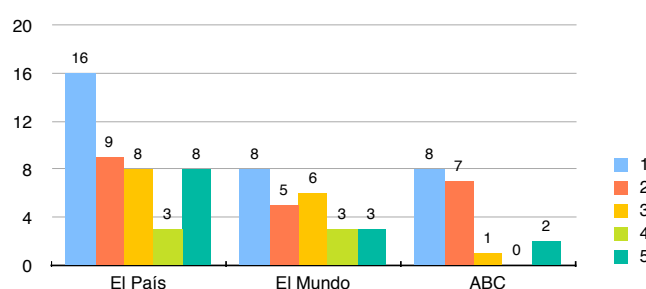
En los tres soportes el mayor número de noticias negativas tiene el tamaño de menos de un cuarto de página, concretamente en El País son 16 (36,4%), en El Mundo y ABC 8 pero mientras que en el primer caso el porcentaje respecto al total de noticias negativas de cada uno de los diarios es del 32% en el segundo es del 44,4%.

También hay coincidencia con el tamaño en el que los tres soportes publican el menor número de noticias negativas, que es más de tres cuartos de página pero menos que una página completa. El País y El Mundo publican dos cada uno pero en el primero el porcentaje es del 6,82% y en el segundo del 12%. ABC no publica ninguna de este tamaño.

	1	2	3	4	5	TOTAL
El País	16	9	8	3	8	44
El Mundo	8	5	6	3	3	25
ABC	8	7	1	0	2	18
TOTAL	32	21	15	6	13	87

Gráfico 142: Tamaño de la noticia negativa por soporte I.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 143: Tamaño de la noticia negativa por soporte II.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.5.2. Tamaño de la noticia negativa por periodos temporales

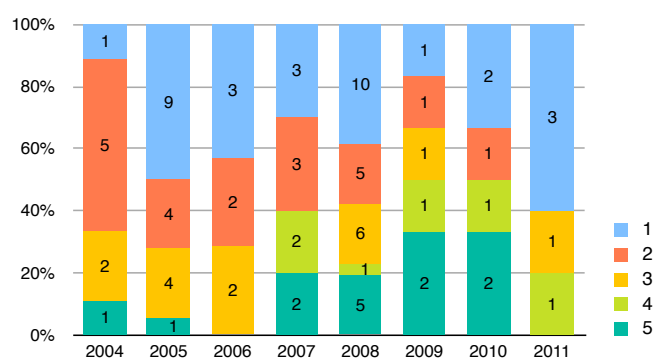
La medida menos utilizada en los periodos temporales de 2004 (0), 2005 (0), 2006 (0), y 2008 (3,7%) fue la de más de tres cuartos de página pero no completa. En 2007 (0), y 2010 (0) la de entre dos y tres cuartos de página y en 2011 no se publicó ninguna noticia negativa ni de entre uno y dos cuartos de página ni de página completa o mayor. En 2009 se publicó una noticia de cada uno de los tamaños (16,6%) excepto del superior que fueron dos (33,3%).

El tamaño más frecuentemente utilizado para noticias negativas referentes a temas hospitalarios en los periodos analizados de 2005 (50%), 2006 (42,8%), 2007 (igualada con entre uno y dos cuartos de página, 30% respectivamente), 2008 (38,5%), 2010 (igualada con página completa o mayor, 33,3%) y 2011 (60%) fue la de menos de un cuarto de página. En 2004 el

que mayor número de noticias negativas ocuparon fue el de entre uno y dos cuartos de página (55,5%) y en 2009 el de página completa o mayor (33,3%).

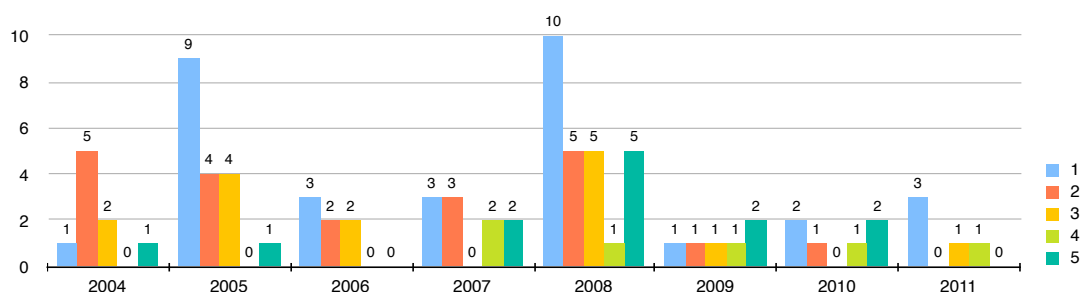
	1	2	3	4	5	TOTAL
2004	1	5	2	0	1	9
2005	9	4	4	0	1	18
2006	3	2	2	0	0	7
2007	3	3	0	2	2	10
2008	10	5	5	1	5	26
2009	1	1	1	1	2	6
2010	2	1	0	1	2	6
2011	3	0	1	1	0	5
TOTAL	32	21	15	6	13	87

Gráfico 144: Tamaño de la noticia negativa por periodo temporal I.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 145: Tamaño de la noticia negativa por periodo temporal II.

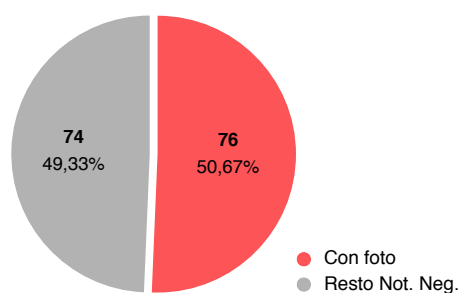


Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.6. Ilustrada con foto

El número total de noticias que se publican con foto son 76 que sobre un total de 150 noticias publicadas sobre temas hospitalarios, suponen un 50,67%.

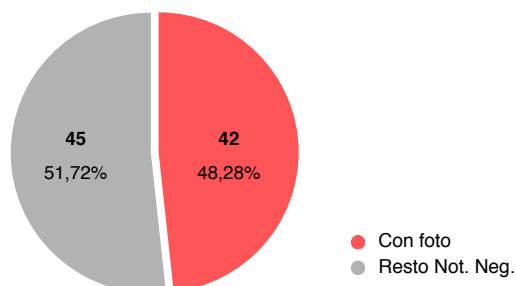
Gráfico 146: Noticias ilustradas con foto.



Fuente: Elaboración propia.

El número total de noticias negativas que son publicadas con foto son 42 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 48,28%.

Gráfico 147: Noticias negativas ilustradas con foto.



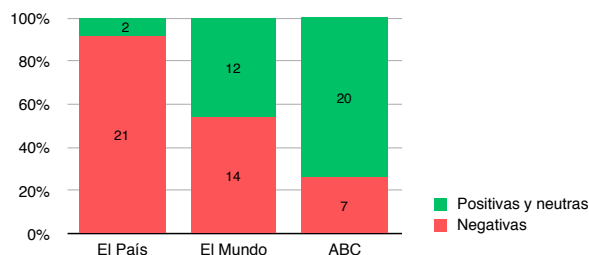
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.6.1. Ilustradas con foto por soportes

Las noticias de carácter negativo ilustradas con fotografía en El País son 21 que representa un 91,3% del total que publica este diario con este elemento iconográfico. El Mundo inserta fotografías en 14 noticias negativas, un 53,8% y ABC en 7, un 25,92% del total de noticias ilustradas.

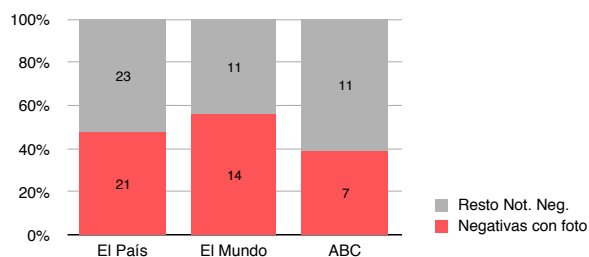
	Negativas	Positivas y neutras	Total	Total Not. neg.
El País	21	2	23	44
El Mundo	14	12	26	25
ABC	7	20	27	18
TOTAL	42	34	76	87

Gráfico 148: Noticias ilustradas con foto por soporte.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 149: Noticias negativas ilustradas con foto por soporte.



Fuente: Elaboración propia.

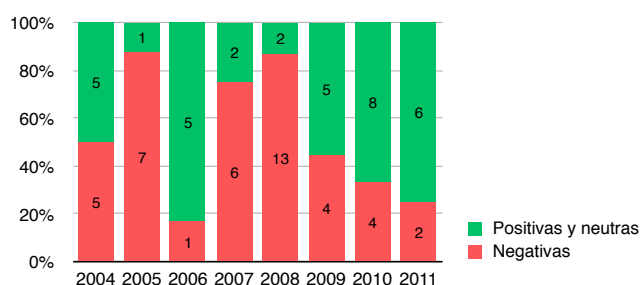
De los tres soportes El Mundo es el único en el que el número de noticias de carácter negativo ilustradas con fotografía (56%) es mayor que el que no lo está. En El País es del 47,72% y en ABC del 38,88%.

3.2.5.6.2. Ilustradas con foto por periodos temporales

En 2004 el número de noticias positivas y negativas ilustradas con fotografías fue el mismo: 5 de cada uno. El periodo temporal con mayor número de noticias negativas ilustradas con fotografías fue 2008, con un total de 13 pero mientras que el porcentaje sobre el total de noticias con foto de ese año fue del 86,6%, en el mismo periodo de 2005 con 7 de valor absoluto, el porcentaje se sitúa en 87,5%. En 2006, 2009, 2010 y 2011 las noticias positivas y neutras publicadas con fotografía superan a las negativas con esta característica.

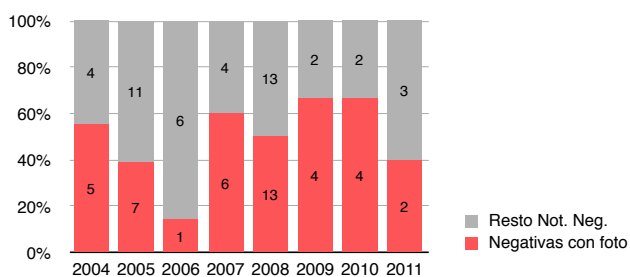
	Negativas	Positivas y neutras	TOTAL	TOTAL Not. Neg.
2004	5	5	10	9
2005	7	1	8	18
2006	1	5	6	7
2007	6	2	8	10
2008	13	2	15	26
2009	4	5	9	6
2010	4	8	12	6
2011	2	6	8	5
TOTAL	42	34	76	87

Gráfico 150: Noticias ilustradas con foto por periodo temporal.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 151: Noticias negativas ilustradas con foto por periodo temporal.



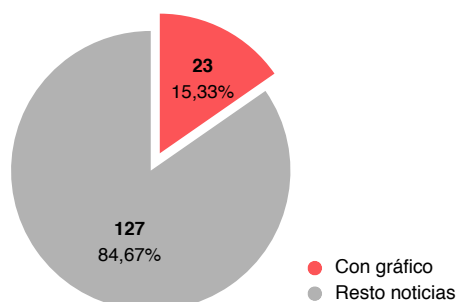
Fuente: Elaboración propia.

Los tres periodos temporales en los que el número de noticias negativas publicadas sin foto es mayor que las que son publicadas con ellas son 2005, 2006 y 2011. En 2008 el número de las negativas publicadas con foto y sin ella es el mismo.

3.2.5.7. Noticias ilustrada con gráfico

El número total de noticias que se publican con gráfico son 23 que sobre un total de 150 noticias publicadas sobre temas hospitalarios, suponen un 15,33%.

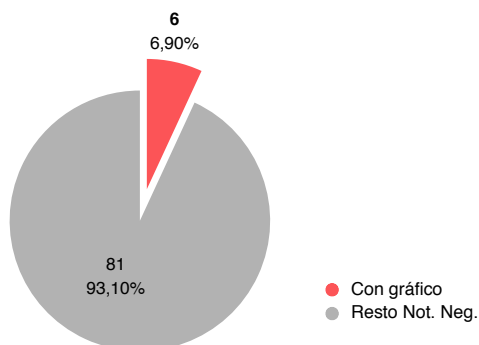
Gráfico 152: Noticias ilustradas con gráfico.



Fuente: Elaboración propia.

El número total de noticias negativas que son publicadas con gráfico son 6 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 6,9%.

Gráfico 153: Noticias negativas ilustradas con gráfico.



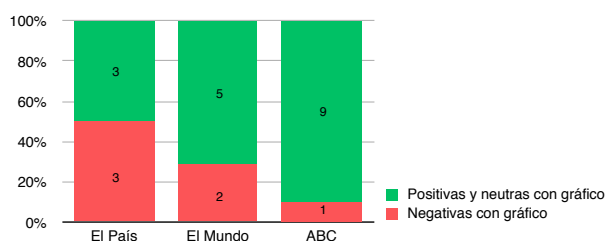
Fuente: Elaboración propia.

3.2.5.8. Noticias ilustradas con gráfico por soportes

El País publica el mismo número de noticias positivas o neutras que negativas con gráfico. En el caso de El Mundo (28,57%) y ABC (11,11%) es menor el de negativas con gráfico.

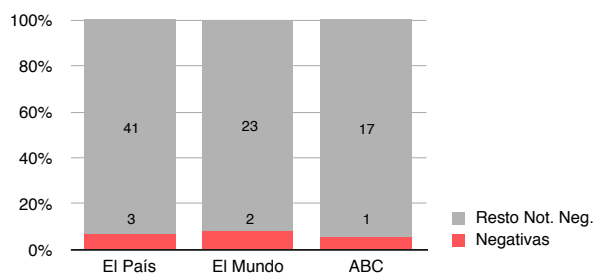
	Negativas	Positivas y neutras	Total	Total Not. neg.
El País	3	3	6	44
El Mundo	2	5	7	25
ABC	1	9	10	18
TOTAL	6	17	23	87

Gráfico 154: Noticias ilustradas con gráfico por soporte.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 155: Noticias negativas ilustradas con gráfico por soporte.



Fuente: Elaboración propia.

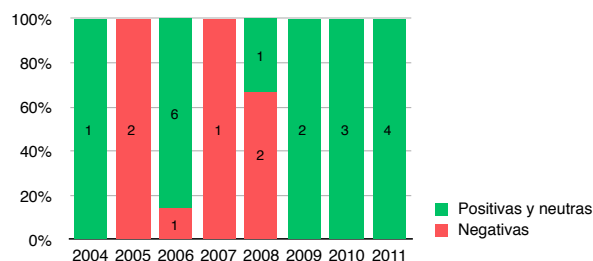
La proporción de noticias con carácter negativo ilustradas con gráfico es muy bajo respecto a las que no lo están. En el caso del El País de 2,27%, en el de El Mundo del 8% y en el de ABC del 5,8%.

3.2.5.9. Noticias ilustradas con gráfico por periodo temporal

En los periodos temporales de 2005 y 2007 todas las noticias ilustradas con gráfico son negativas. En las mismas fechas de 2004, 2009, 2010 y 2011 todas las noticias ilustradas con gráfico son positivas o neutras. En 2006 sólo se publica una negativa ilustrada con gráfico (14,28%) frente a las seis positivas o neutras (85,72%). Sin embargo en 2008 sólo se publica una positiva ilustrada con gráfico (33,3%) frente a las dos negativas que cumplen esta característica (66,6%).

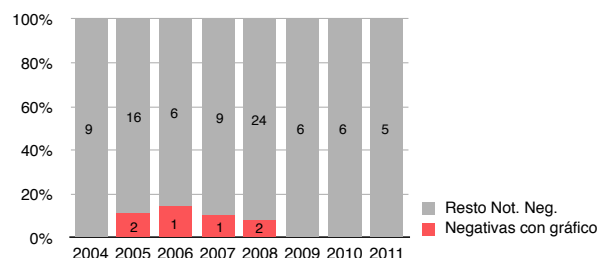
	Negativas	Positivas y neutras	TOTAL	TOTAL Not. Neg.
2004	0	1	1	9
2005	2	0	2	18
2006	1	6	7	7
2007	1	0	1	10
2008	2	1	3	26
2009	0	2	2	6
2010	0	3	3	6
2011	0	4	4	5
TOTAL	6	17	23	87

Gráfico 156: Noticias ilustradas con gráfico por periodo temporal.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 157: Noticias negativas ilustradas con gráfico por periodo temporal.



Fuente: Elaboración propia.

En los periodos temporales de 2004, 2009, 2010 y 2011 no se publica ninguna noticia negativa ilustrada con gráfico. En los de 2005 y 2008 se publican 2, que suponen respectivamente el 11,11% y el 7,69% respecto al total de noticias negativas publicadas en cada uno de los periodos temporales. En los de 2006 y 2007 se publica 1, que porcentualmente son el 14,28 y el 10% respectivamente en las fechas analizadas.

3.2.5.10. Conclusiones: posición y elementos iconográficos en la noticia

- El mayor número de noticias se publica en la sección Madrid (76%), seguido de Sociedad (18%) y por último España (6%).
- Siguiendo esta tendencia, en los tres diarios la mayoría de las noticias de carácter negativo han sido publicadas en la sección Madrid (el 75% en el caso de El País, el 88% en el de El Mundo y el 72,2% en el de ABC).
- El Mundo no publica ninguna noticia de carácter negativo en la sección Sociedad y ABC ninguna en la sección de Nacional.
- Únicamente en los periodos de campaña electoral no se publicó ninguna noticia de carácter negativo en la sección de Sociedad. Respecto a las aparecidas en la sección de Nacional, no se publicó ninguna con enfoque negativo en 2004, 2006, 2007 y 2009.
- De las 8 noticias que aparecen en portada, 7 son negativas (87,5%). Por tanto, únicamente aparecen en portada el 8,05% de las noticias con connotación negativa analizadas.
- El País publica 4, El Mundo 2 y ABC 1, que suponen respectivamente el 9,09%, el 8% y el 5,55% sobre el total de noticias de carácter negativo aparecidas en cada uno de los diarios.
- Sólo se publican noticias con relevancia para aparecer en portada en los periodos temporales de 2008 y 2009. En el primer caso se clasifican en esta categoría el 15,38% de las noticias negativas sobre asuntos hospitalarios y en el segundo es el 50%.
- La única positiva con aparición en portada la publica El País en el periodo temporal de 2008.
- De las 22 noticias que abren sección, 11 son negativas, es decir, el 12,62 % de las noticias de crisis objeto de estudio.
- El País publica 8, El Mundo 2 y ABC 1, que son el 18,18%, el 8% y el 5,5% respectivamente de las noticias negativas publicadas por cada uno de los periódicos.
- En el periodo de 2004 todas las noticias que abren sección son positivas. Por el contrario en los de 2005, 2007 y 2009 todas son negativas.
- Los periodos electorales de 2007 y 2011 son en los que la proporción de noticias negativas que abren sección respecto a las que no lo hacen es mayor (20%).
- El número de noticias negativas publicadas en página par (40) e impar (38) es muy similar. En 9 ocupan más de una página.
- El País publica el mismo número de noticias negativas en página par que impar (19 en cada caso). El Mundo publica más noticias negativas en página

par (14) que impar (10). Por el contrario ABC publica más noticias negativas en página impar (9) que impar (7).

- En los tres soportes y excepto en los periodos temporales de 2004 y 2009, la mayoría de las noticias negativas objeto de estudio (36,78%) tienen un tamaño inferior al cuarto de página.
- También en los tres diarios y en los periodos temporales de 2004, 2005, 2006 y 2008 el tamaño menos empleado es el de mayor de tres cuartos de página pero no completa.
- El número de noticias publicadas con foto y sin ella es muy similar (50,67%-49,33%), proporción que se invierte cuando nos limitamos a las de carácter negativo (48,28%-51,72%).
- El País (91,3%) y El Mundo (53,8%) publican más noticias negativas que positivas con foto. ABC al contrario (25,92%).
- El Mundo es el único de los diarios que publica más noticias de carácter negativo con foto (56%) que sin ella.
- En los periodos temporales de 2006, 2009, 2010 y 2011 el número de noticias positivas y neutras publicadas con foto superan a las negativas. En 2004 es el mismo número.
- En los periodos temporales de 2005, 2006 y 2011 el número de noticias negativas sin foto es superior al de aquellas que si las llevan. En 2008 es el mismo número.
- El 15,33% (23) de la totalidad de las noticias se publican con gráfico pero sólo 6 son negativas con lo que supone un 6,9% del total de noticias negativas publicadas.
- ABC es el diario que más noticias publica con gráfico (10) aunque sólo una es negativa.
- En los periodos temporales de 2004, 2009, 2010 y 2011 no se publica ninguna noticia negativa ilustrada con gráfico.

4. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

4.1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

4.2. RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

4.1. Introducción a la investigación cualitativa

La investigación cualitativa que planteamos se basa en el análisis de contenido porque utiliza como datos los textos de los indicadores seleccionados. En este caso las unidades de registro son todos elementos que componen los titulares: títulos, subtítulos, antetítulos, ladillos y pies de foto de las noticias.

Mientras que el objetivo del análisis cuantitativo es cuantificar los contenidos y analizar su presencia, el propósito del cualitativo es, a través de ella, explicar los posibles sentidos que la comunicación puede generar. Así pues, el fin es conocer la imagen que los periódicos analizados transmiten a la opinión pública de las instituciones hospitalarias en la Comunidad de Madrid.

El procedimiento parte de leerse los tres periódicos seleccionados de las fechas definidas y recoger todas aquellas en las que haya una mención o referencia explícita o implícita a hospitales de la Comunidad de Madrid. Este proceso nos proporciona nuestra materia de trabajo, al elegir las noticias que nos parecen significativas, transcribir su contenido y ordenarlas cronológicamente. Esta primera tarea de recolección y agrupación de la información es ya en sí misma analítica.

Aparte de reflejar el soporte, la fecha y la sección de publicación, a continuación definimos una serie de categorías, que habrán de localizarse en los titulares de todas las noticias seleccionadas, tanto si aparecen en portada, si abren sección o en páginas interiores y que serán analizadas en cada uno de los casos:

- Clasificación de la noticia: Se ha seleccionado una tipología aceptada por gran parte de autores: De sumario, cronológicas, de situación, complementarias, espaciales y de interés humano.
- Tipo de titular: Se ha seguido la clasificación propuesta por Nuñez Ladevèze (en Fontcuberta, M., 1993:123-124) que tiene en cuenta criterios elementales acerca de qué es y cómo se delimita el contenido informativo. Según su tipificación pueden ser: Expresivos, Apelativos, Temáticos o Simplificadores e Informativos.
- Funciones de los *Frames*: Según Nelson y otros (Amadeo, B., 2002:6), “la función de los *frames* en el texto es la de organizar la presentación de los hechos y la opinión acerca del tema que se está tratando”. Entman defiende que un *frame* puede desempeñar cuatro funciones: definir un problema, identificar sus causas, emitir juicios morales y sugerir soluciones. No se trata por tanto de cuatro *frames*, sino de cuatro funciones de un mismo *frame*. Se diferencian las funciones para un mejor análisis, pero conviene no perder de vista la unidad del *frame* porque en muchas ocasiones no puede hacerse una separación entre la función que cumple como causa, diagnóstico, evaluación moral o soluciones.
- Hipotética pregunta a la que responde el titular: En opinión de Gutiérrez Ordoñez (1997:20) para la representación de un mismo acontecimiento caben varias preguntas y en toda pregunta existe una división en dos segmentos informativos: la informa conocida y la información nueva. Lo que va a diferenciar los titulares de

los diarios que ofrecen una información es la diferente pregunta a la que responden. Y en función de ella, cada uno de los periódicos presenta una información nueva o aporta uno de los elementos informativos.

- Respuestas a las 5 W y 1 H: El *lead* debe dar respuesta a: quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué (*who, what, when, where, why, how*). En este apartado es en el que a través del análisis sintáctico, morfológico y semántico se trata de definir la pragmática del texto en cuanto a la intencionalidad de los mensajes, prestando atención especial a las implicaturas y declaraciones seleccionadas.
- Además se han tenido en cuenta otros elementos que conforman la infografía de la noticia como los antetítulos, subtítulos, ladillos, pies de foto y gráficos, ya que como señala Sádaba (2001) “los mecanismos informativos (...) y otras disposiciones gráficas del mensaje son útiles para destacar y enfocar los acontecimientos”.

Atendiendo a estos criterios, se ha realizado un análisis cualitativo exhaustivo y pormenorizado de cada una de las 150 noticias, incluido en el anexo de esta tesis, junto a las imágenes de las páginas de los periódicos en las que estas se encuentran situadas, con el objetivo de que esta información esté disponible para su consulta.

Este estudio cualitativo nos ha proporcionado los datos necesarios para determinar la construcción informativa que cada uno de los tres diarios realiza acerca de los hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid. Los resultados de esta investigación se han estructurado por periodo temporal y por asunto con el objetivo de que permitiese la comparación de los diferentes enfoques que ofrecen El País, El Mundo y ABC a sus lectores a través de las propuestas de sentido y valoración que contienen sus mensajes de forma manifiesta o implícita. Además, se incorporan unas tablas en las que se muestran las fechas de publicación, los asuntos que tratan y las hipotéticas preguntas a las que responden los títulos de las noticias.

Esta técnica nos permite realizar un análisis formal o estructural de los significantes, precisando sus mecanismos formales de funcionamiento para profundizar sobre la estructura latente del texto más allá de los elementos discursivos manifiestos y a partir de ello, mediante una aproximación deductiva, definir los encuadres como variables de análisis y verificar su existencia en las noticias.

Por ello, se decidió emplear los términos positivo, negativo o neutro para identificar qué tipo de valoración y tratamiento contenían los titulares mediáticos, y no solo con una identificación del tipo de tema tratado, sino también teniendo en cuenta, aquellas palabras o frases que podrían considerarse valorativas o que le pudieron dar una tendencia positiva o negativa al asunto desde la perspectiva de los gestores de los hospitales y la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid.

4.2. Resultados investigación cualitativa

4.2.1. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2004

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Manuel Lamela. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad, Elena Salgado.

En este periodo temporal se publican diecisiete noticias sobre el tema investigado, de las cuales ocho son positivas, que ninguna corresponde a El País, y nueve negativas.

La mayoría de las noticias de carácter positivo que publica El Mundo (el 80%) en este periodo, se refieren al problema del **Colapso del Servicio de Urgencias** de los hospitales de gestión pública de la Comunidad de Madrid. Como se indica en las conclusiones de la investigación cuantitativa respecto al tema principal de la noticia, se da la paradoja de que tratándose de un asunto que a priori pudiera parecer negativo, el enfoque de este diario se centra en la solución al mismo por parte de la Consejería de Sanidad a través del plan de descongestión que prepara con los sindicatos, lo que trasmite la idea de colaboración con los mismos.

La interpretación causal parte del diagnóstico de la situación en la que responsabilizan a los pacientes del uso incorrecto del servicio, a través de un título en el que se utiliza un juego de palabras con el recurso de la reiteración y tono irónico: “Un 12% de las urgencias son urgentes”. (El Mundo, 11 de mayo).

Las noticias de este periódico en los siguientes días respecto al tema, se refieren a los recursos que la Consejería de Sanidad presenta para dar respuesta a esta crisis. En todos los titulares mencionan una parte de los medios propuestos para ejemplificar el total de los que plantean, tropo denominado sinécdoque, y que son especificados y ampliados en los antetítulos: “Un centro para controlar todas las urgencias” (El Mundo, 12 de mayo), “Rayos X para desviar urgencias” (El Mundo, 19 de mayo) o “Vacuna de 36 millones para urgencias” (El Mundo, 20 de mayo).

ABC también aborda este asunto desde una perspectiva positiva en el que las soluciones que aporta el ejecutivo de la Comunidad adquieren mayor relevancia que el problema existente. Con títulos como “La Comunidad proyecta crear un centro especial para atender catástrofes” (ABC, 19 de mayo) y “Treinta y ocho centros de salud tendrán servicio de urgencia las 24 horas del día” (ABC, 20 de mayo), sólo cita el colapso de los servicios de urgencias en las entradillas.

Por tanto, se puede determinar que estos diarios apoyan la posición gubernamental en su tratamiento informativo, nutriéndose de los textos fuente proporcionados por la Consejería de Sanidad para la interpretación y elaboración de estos contenidos.

El País no trata esta cuestión, lo que se puede analizar desde la perspectiva del fenómeno de la *Agenda Cutting*, que hace referencia a aquella parte de la realidad que no se recoge en los medios de comunicación debido a que “en el proceso de selección de noticias hay asuntos que quedan fuera, que son ignorados y en la definición de enfoque, es esto, lo excluido, más importante que lo incluido” (Kahneman y Tversky en Canel, 1999:106). Podría entonces interpretarse que El País excluye este asunto de su temario, para no reconocer las soluciones que aporta la Consejería de Sanidad.

Respecto a las **listas de espera**, otro de los asuntos que tienen repercusión informativa en este espacio temporal, El Mundo publica dos noticias en las que se da la paradoja de que la que tiene el titular que, en principio y mediante el adverbio de cantidad “menos” parece tener una connotación positiva, “12 horas menos de espera al mes” (El Mundo, 21 de mayo), en el subtítulo se hace una crítica del dato y manifiesta que se está incumpliendo una promesa electoral de la presidenta de la Comunidad. Sin embargo, aquella cuyo título es, a priori y por la abultada cifra expresada en caracteres numéricos, negativo, “390.000 consultas y pruebas en espera” (El Mundo, 14 de mayo), en el subtítulo explica que el consejero hace propuestas para encontrar la solución lo que le atribuye un carácter constructivo.

El País publica una noticia y un artículo de opinión referido a esta cuestión, los dos con una orientación negativa. En el primer caso, “La lista de espera para operaciones quirúrgicas se ha acortado dos días en los últimos cuatro meses” (El País, 21 de mayo) da el mismo dato que El Mundo pero referido a la totalidad del tiempo y no por mes como en el caso del otro diario. Es un título informativo y al no haber otros elementos en el titular, la interpretación es muy sutil puesto que a pesar del uso del verbo “acortar” la discordancia entre los dos periodos de tiempo mencionados sugiere un tono crítico con el dato aportado. En el caso del artículo de Costas, el título “Listas de espera y sanidad madrileña” (El País, 24 de mayo) también es informativo, acerca del asunto que se trata en el mismo.

ABC publica una noticia respecto a este tema desde una perspectiva negativa con el título “Sanidad reconoce que 100.000 pacientes están pendientes de prueba diagnóstica” (14 de mayo). Al usar el verbo retrospectivo “reconocer” presupone una información anterior y su identificación con ella y refleja la seguridad en la certeza de la afirmación. Además utiliza un número redondo de pacientes, que en la actualidad (uso del presente de indicativo) están pendientes de algún tipo de prueba. Cabe resaltar que mientras que El Mundo se refiere a *consultas y pruebas diagnósticas*, elevando la cifra a 390.000 afectados, ABC se limita a las *pruebas diagnósticas* y de esta manera rebaja la cifra a “100.000”, casi una cuarta parte.

Hay otras noticias con enfoque negativo pero que sólo aborda uno de los diarios, aplicando el fenómeno conocido como *Agenda Cutting*, al ignorar la noticia no le otorga importancia suficiente para sus lectores conozcan este acontecimiento y por tanto para ellos no existiría, al menos mediáticamente, por desconocido.

La que divulga El Mundo es de carácter humano en el que se responsabiliza al Imsalud del retraso mental de un niño: “Culpan a Sanidad de un retraso mental” (El Mundo, 20 de mayo), atribuible a un error médico. La definición del problema es un retraso mental de un niño, la interpretación causal es la demora en su intervención, la evaluación moral es

negligencia médica y la solución es demanda y solicitud de indemnización. El verbo “culpar” es el que determina la responsabilidad de la (Consejería de) Sanidad.

El País inserta un artículo referente a “La reforma pendiente de la comida hospitalaria” (El País, 18 de mayo). En él, la definición del problema es la comida que se sirve en los hospitales, la interpretación causal es el desconocimiento e interés de los responsables del tema, la evaluación moral es que se trata de un obstáculo más para los enfermos y la solución es incorporar dietistas y realizar inversiones. En este caso, el adjetivo “pendiente” es el que determina que es un asunto que no está resuelto y que connota la crítica que al estar ubicada en la sección de Sociedad se dirige al Sistema Nacional de Salud y no exclusivamente al de una comunidad autónoma.

ABC publica tres cuestiones. La primera en una carta al director y con el título temático “Problemas en la maternidad de La Paz” (ABC, 18 de mayo) enuncia el tema, cuyo aspecto negativo lo denota el sustantivo “problemas”, pero no aporta más información. La segunda es que “Los interinos empezarán una huelga en junio si Sanidad no resuelve su situación” (ABC, 25 mayo). La definición del problema es la posible huelga de interinos, la interpretación causal es la demora de los trámites de oposiciones y adjudicación de plazas y la solución es la atención de sus peticiones. Con esta oración condicional de correcta construcción sintáctica este colectivo atribuye implícitamente la responsabilidad del conflicto a la Consejería de Sanidad y el periódico trasmite que es este organismo el que tiene la competencia para resolverlo. Y la tercera que “Los oncólogos temen que la investigación clínica quede en manos de los laboratorios” (ABC, 20 de mayo). La definición del problema es el peligro de la investigación más importante del Sistema Nacional de Salud, la interpretación causal la transposición de una directiva europea, la evolución moral es el temor de que la investigación pase a manos privadas y la solución es más dinero y que los hospitales tengan más peso en la investigación. Esta crítica está dirigida al Ministerio, ya que su competencia es la coordinación y está situada en la sección de Sociedad por lo que afecta a todo el territorio nacional.

Podemos concluir que, aunque en este periodo temporal el número de noticias de carácter negativo que ABC publica es mayor que el que publican los otros diarios, la mitad de ellas están enfocadas a la crítica a cuestiones en las que el responsable es el Ministerio de Sanidad, en un gobierno del Partido Socialista Obrero Español. Es también destacable que ante un asunto polémico como el colapso del Servicio de Urgencias de los hospitales, tanto El Mundo como ABC le den un tratamiento informativo enfocado hacia las políticas y recursos que la consejería de Sanidad de la CAM va a emplear para solucionarlo y sin embargo El País no lo mencione en absoluto.

Las sutilezas léxicas y conceptuales que hemos analizado en el tema de las listas de espera también deben ser tenidas en cuenta, así como que El País sólo haya reflejado en sus páginas asuntos con enfoque negativo. Estos datos parecen indicar que la prensa analizada responde a un patrón de alineamiento ideológico y tiene cierta proclividad a la tendenciosidad en sacrificio de la neutralidad informativa, (Castromil y Chavero, 2012) también en la cobertura de asuntos relacionados con hospitales de la Comunidad de Madrid.

Tabla 7: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2004.

2004	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
11 Mayo	Plan para resolver el colapso del servicio de urgencias de los hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cuántas urgencias son urgentes?	Un 12%	<i>Un 12% de las urgencias son urgentes</i>
		ABC: X	X	X
12 Mayo	Plan para solucionar el colapso del servicio de urgencias de los hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cómo se van a controlar todas las urgencias?	Con un centro	<i>Un centro para controlar todas las urgencias</i>
		ABC: X	X	X
14 Mayo	Lista de espera para consultas médicas y pruebas diagnósticas	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cuántas consultas y pruebas en lista de espera?	390.000	<i>390.000 consultas y pruebas en espera</i>
		ABC: ¿Qué reconoce Sanidad?	100.000 pacientes pendientes de prueba diagnóstica	<i>Sanidad reconoce que 100.000 pacientes están pendientes de prueba diagnóstica</i>
18 Mayo	Nutrición en los hospitales	El País: ¿Qué le pasa a la comida hospitalaria?	Tiene una reforma pendiente	<i>La reforma pendiente de la comida hospitalaria</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Saturación de pacientes en la Maternidad de La Paz	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Que sucede en La Maternidad de La Paz?	Hay problemas	<i>Problemas en La Maternidad de La Paz.</i>
19 Mayo	Plan para resolver el colapso de urgencias en hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué sirve para desviar urgencias?	Rayos X	<i>Rayos X para desviar urgencias</i>
		ABC: ¿Qué proyecta La Comunidad?	Crear un centro especial para atender catástrofes	<i>La Comunidad proyecta crear un centro especial para atender catástrofe</i>
20 Mayo	Negligencia médica	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿De qué culpan a Sanidad?	De un retraso mental	<i>Culpan a Sanidad de un retraso mental</i>
		ABC: X	X	X
20 Mayo	Plan para resolver el colapso del servicio de urgencias de los hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cuánto se va a invertir en urgencias?	36 millones	<i>Vacuna de 36 millones para urgencias</i>
		ABC: ¿Cuántos centros de salud tendrán servicio de urgencia las 24 horas?	38	<i>Treinta y ocho centros de salud tendrán servicio de urgencia las 24 horas del día</i>
20 Mayo	Investigación en hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué temen los oncólogos?	Investigación clínica quede en los laboratorios	<i>Los oncólogos temen que la investigación clínica quede en manos de los laboratorios</i>
21 Mayo	La reducción de las listas de espera quirúrgicas	El País: ¿Cuánto se han acortado las listas de espera en los últimos cuatro meses?	2 días	<i>La lista de espera para operaciones quirúrgicas se ha acortado dos días en los últimos cuatro meses</i>
		El Mundo: ¿Cuántas horas menos de espera al mes?	12 horas	<i>12 horas menos de espera al mes</i>
		ABC: X	X	X
24 Mayo	Listas de espera	El País: Listas de espera y sanidad madrileña	X	<i>Listas de espera y sanidad madrileña</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
25 Mayo	Previsión de huelga de los interinos	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué harán los interinos si Sanidad no resuelve su situación?	Empezarán una huelga en junio	<i>Los interinos empezarán una huelga en junio si Sanidad no resuelve su situación</i>
25 Mayo	Trasplantes	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuántos trasplantes se han efectuado en 7 días?	Quince	<i>Efectuados quince trasplantes en siete días</i>

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2005

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Manuel Lamela. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad, Elena Salgado.

En este periodo temporal se publican veinticinco noticias sobre el tema investigado, de las cuales seis son positivas, dieciocho negativas y una neutra.

El caso de las presuntas sedaciones irregulares en el hospital Severo Ochoa de Leganés acapara una gran parte de las noticias de este periodo temporal, concretamente siete. Dos de ellas son publicadas por El Mundo. A una, le da un enfoque negativo, expresado con la preposición “contra” y la personalización al mencionar el apellido del consejero de Sanidad, sobre cómo ha tratado la Consejería de Sanidad este tema: “Recogen firmas contra la gestión de Lamela” (El Mundo, 24 de mayo). A la otra le confiere una connotación positiva hacia los profesionales del hospital implicados en el caso pero opuesta a la gerencia, que ha reprobado su actuación: “Enrique Gimbert no ve delito en el caso Severo Ochoa” (El Mundo, 25 de mayo). Es una cita indirecta de unas declaraciones de este catedrático, al que aquel que no esté relacionado con el mundo del derecho probablemente le obligará a continuar leyendo si quiere saber quién es la persona que tiene esta opinión, expresadas en forma negativa y con el uso del verbo ver, cuya fuerza ilocutiva en la de un acto representativo que compromete al hablante con la autenticidad de la proposición expresada, de manera que puede caracterizarse como verdadera o falsa, por lo que el estado psicológico es la creencia.

También El País informa sobre este asunto con el mismo número de noticias publicadas. En la primera de ellas, da a conocer la creación de una asociación en defensa del hospital: “Nace una asociación en defensa del Severo Ochoa” (El País, 18 de mayo). Es un título con significación ambigua ya que parece que esta asociación va a defender al hospital como institución pero cuando se lee el cuerpo de la noticia se revela que respaldan la actuación de los profesionales implicados en este caso, sancionados por los gestores administrativos y la consejería, es decir los identifica con el hospital. En la segunda y respecto a la gestión política del caso titulan: “17.000 firmas piden la dimisión del consejero de Sanidad por el caso Severo Ochoa” (El País, 24 de mayo). Con la cifra, en números redondos, se marca la relevancia por el alto número de personas que lo solicitan. Hace la identificación tácita, una firma es una persona, las que con el uso del verbo “pedir” expresan su deseo de conseguir que el consejero de Sanidad dimita, apelando a su voluntad, ya que no reclaman su destitución por la gestión que este ha hecho de la crisis ocurrida en el hospital Severo Ochoa por las supuestas sedaciones irregulares de pacientes. Todo este razonamiento se omite del título porque el redactor da por hecho que el lector conoce esta información.

ABC es el periódico que más difusión da a este tema con la publicación de tres noticias. En una de ellas transmite una visión negativa, con el uso de la preposición “contra” que indica oposición y descontento, con la manera en que la consejería ha abordado esta cuestión: “Gritos contra Lamela en un acto presidido por Aguirre en Leganés” (ABC, 12 de mayo). Sin embargo es el único que difunde la posibilidad de encontrar una solución de consenso: “PSOE

y PP pactan, tras Leganés, revisar y desarrollar los cuidados paliativos” (ABC, 11 de mayo). El uso del verbo “pactar” implica llegar a un acuerdo, aunque realmente es una declaración de intenciones ya que posteriormente se refiere a “revisar y desarrollar” pero no a ninguna ley ni orden determinada. En la subordinada hay una clara elipsis de “como consecuencia de los hechos ocurridos en el Hospital Severo Ochoa de Leganés”, que es sustituida por “tras Leganés”. El redactor presupone que es conocido por todos el polémico caso de las presuntas sedaciones irregulares que se ha dado en este centro, ya que estaba teniendo mucha relevancia mediática y pública en esas fechas. En la otra, refleja estabilidad a través del sustantivo “calma”, sinónimo de tranquilidad después de un periodo de agitación: “Sanidad recobra la calma” (ABC, 16 de mayo). El uso del verbo “recobrar” indica que alguna vez la tuvo y la perdió, volviendo ahora otra vez al estado inicial.

Además, el **hospital Severo Ochoa** aborda en este periodo de tiempo otra crisis por la sentencia que le condena a indemnizar a una paciente que sufrió un aborto por **negligencia médica**. El Mundo publica dos noticias referentes a este asunto. En la primera de ellas el título apelativo especifica la cuantía de la indemnización y la razón de la condena “300.000 euros por mala praxis” (El Mundo, 17 de mayo) y en la segunda, de interés humano, el título corresponde a unas declaraciones de la protagonista en forma de cita directa en las que describe el estado en que quedó la criatura: “El feto estaba descuartizado” (El Mundo, 20 de mayo). ABC encabeza con “Indemnizan a una mujer que abortó tras someterse a una prueba en el Severo Ochoa (ABC, 17 de mayo). El País no aborda este asunto.

Dos diarios plantean el caso del **incumplimiento de la Ley de Incompatibilidades** por parte del director técnico de la Agencia Laín Entralgo. Ni el cargo ni la institución aparecen reflejados en ninguno de los títulos, ya que en el caso de El Mundo se refiere a “un alto cargo de la Comunidad”: “Un alto cargo de la Comunidad incurre en incompatibilidad” (El Mundo, 14 de mayo) y en el de El País a “un alto cargo de Aguirre”: “Un alto cargo de Aguirre vulnera la Ley de Incompatibilidades” (El País, 14 de mayo). ABC ignora este asunto y al excluirlo de sus contenidos lo posiciona como un conflicto con tan poca trascendencia que ni siquiera merece que sus lectores lo conozcan, por tanto para ellos podría muy bien no existir, lo que beneficia al gobierno de la Comunidad.

La **instalación de cámaras de seguridad en el hospital de La Paz** es un asunto que trata El Mundo que utiliza un título interpretativo con una expresión que el redactor presupone conocida, ya que es el nombre de un conocido programa de televisión en el que los concursantes están continuamente vigilados por las cámaras y su vida expuesta a todo aquel que quiera verle y a su vez proviene de la novela de Orwell, *1984*, en la que introdujo los conceptos del omnipresente y vigilante Gran Hermano, policía represiva: “El Gran Hermano de los hospitales” (El Mundo, 16 de mayo). El País también hace referencia a este asunto pero con un título informativo: “La Paz instala 170 cámaras para prevenir agresiones en el hospital” (El País, 16 de mayo).

El País es el diario que más noticias negativas propone y que son omitidas por los otros rotativos, destacando la única referida a un hospital de gestión privada, aunque en ninguno de los títulos (portada de sección e interior) se menciona el nombre del mismo: “Una mujer muere en una clínica por una reacción alérgica” (Portada sección Madrid 22 de mayo); “La

familia de la fallecida ha denunciado al centro por negligencia” (El País, 22 de mayo). Respecto a los hospitales públicos, le da cobertura a tres: “Trabajo investiga las alergias que sufren 100 empleadas del hospital Ramón y Cajal” (El País, 13 de mayo), cuya connotación negativa se expresa a través de los verbos “investigar” y “sufrir”; “Los sindicatos denuncian el colapso en urgencias del hospital de Móstoles” (20 de mayo), en este caso son el verbo “denunciar” y el sustantivo “colapso”; e “IU denuncia el “retraso” en el uso civil del hospital Gómez Ulla” (El País, 21 de mayo), con el verbo “denunciar” otra vez y el sustantivo “retraso”.

Otro hospital objeto de la publicación de una noticia de enfoque negativo, esta vez por parte de El Mundo, es el de El Escorial que titula “Un hospital con pronóstico reservado” (El Mundo, 11 de mayo). Con este juego de palabras en el que utiliza una metáfora para hacer referencia al diagnóstico de la situación en la que se encuentra la institución, como si fuese el de un enfermo. Además, según la RAE, la locución adjetival “pronóstico reservado” significa de dudoso resultado o que presupone un desenlace peligroso, con lo que se está haciendo una interpretación del futuro del mismo. Hace referencia al incendio que se ha producido en el mismo y que es objeto de varias denuncias por parte de sus trabajadores.

En cuanto a las que afectan al sistema sanitario en general, cada uno de los periódicos publica una noticia y todas ellas con un enfoque negativo acerca de la gestión de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid. El País es el único que trata la cuestión de las listas de espera “19.000 enfermos pendientes de operación están excluidos de la lista de espera” (Portada sección Madrid 13 de mayo); “Los socialistas dicen que Lamela ha creado un *limbo* para rebajar la lista de espera” (El País, 13 de mayo). La definición que hacen del problema es que más de la mitad de los pacientes pendientes de intervención quirúrgica no están en las listas de espera porque el consejero utiliza argucias estadísticas para encubrir que incumple las promesas electorales.

El Mundo publica una valoración de los sistemas de Salud de la Comunidades Autónomas, en la que la de Madrid tiene baja calificación: “Las CCAA socialistas tienen mejor sistema de Salud, dice un informe” (El Mundo, 20 mayo). El adjetivo “mejor” denota que se trata de una oración comparativa aunque con una elipsis para simplificar presuponiendo que el lector aportará el resto de la comparación “que las que no son socialistas”. La fuente es un informe pero en el título no se especifica cuál. Con esto da a entender que no es un hecho objetivo sino que se trata de una cita indirecta y el mecanismo de cohesión es el uso de la coma.

ABC aborda un conflicto laboral en la que la definición del problema es la posibilidad de huelga de médicos de urgencias por la falta de atención a sus demandas que es favorecer una especialización propia para evitar el intrusismo existente en ese momento: “Los médicos de urgencias, al filo de la huelga” (ABC, 13 de mayo).

Asimismo ABC es el único rotativo que cubre la denuncia contra el gerente del Hospital de Leganés, por un presunto delito de prevaricación en la custodia de historiales médicos y filtración de datos de pacientes con una noticia con título informativo: “Denunciado el gerente del hospital de Leganés” (ABC, 18 de mayo).

Este periodo destaca por una alta cobertura por parte de la prensa investigada en cuanto a la temática de crisis en hospitales de la Comunidad de Madrid. Casi la mitad de las noticias, concretamente once, hacen referencia a asuntos relacionados con el hospital Severo Ochoa de Leganés que abordan el caso de las presuntas sedaciones irregulares en el que los tres dan a conocer a sus lectores la discrepancia de una parte de la población con la gestión que el consejero de Sanidad ha hecho de la misma. Pero mientras que El País y El Mundo se posicionan a favor del personal cuestionado, ABC lo enfoca tratando de cerrar la crisis destacando la intención del PP de llegar a un acuerdo con el PSOE para resolver el asunto de los cuidados paliativos y la recuperación de la normalidad. Además tanto El Mundo como ABC reflejan en sus páginas la sentencia en contra de esta institución sanitaria en la que le condenan por una negligencia médica que supuso un aborto involuntario cuando una paciente se sometía a una prueba médica. ABC es el único diario en el que aparece la denuncia al gerente de este hospital por un presunto delito de filtración de datos de pacientes.

El País y El Mundo coinciden en la difusión de otros dos asuntos que no son tratados por ABC. Uno es la vulneración de la Ley de incompatibilidades por parte de un alto cargo de la Administración de la Comunidad y otro es la instalación de cámaras de seguridad en La Paz. Podría parecer que esta omisión, *Agenda cutting*, pudiera estar motivada por un posicionamiento de este diario a favor de las políticas del partido en el gobierno de la CAM, del Partido Popular.

También se estaría en disposición de considerar que El País, al destacar con un número de noticias de carácter negativo sensiblemente superior al de los otros rotativos, podría seguir una tendencia en la prensa del sistema mediático mediterráneo, en cuanto a que los diarios prefieren la crítica a las políticas de un partido contrario a sus planteamientos, que resaltar los logros de aquellos que están más cercanos a su posición.

Tabla 8: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2005.

2005	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
11 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué pactan PSOE y PP tras Leganés?	Revisar y desarrollar los cuidados paliativos	<i>PSOE y PP pactan, tras Leganés, revisar y desarrollar los cuidados paliativo</i>
12 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué pasó en un acto presidido por Aguirre en Leganés?	Gritos	<i>Gritos contra Lamela en un acto presidido por Aguirre en Leganés</i>
13 Mayo	Listas de espera	El País: ¿Qué dicen los socialistas?	Que Lamela ha creado un "limbo" para rebajar las listas de espera	<i>Los socialistas dicen que Lamela ha creado un "limbo" para rebajar la lista de espera</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
13 Mayo	Investigación sobre las alergias de las empleadas del Ramón y Cajal	El País: ¿Qué investiga Trabajo?	Las alergias que sufren 100 empleadas del hospital Ramón y Cajal	<i>Trabajo investiga las alergias que sufren 100 empleadas del hospital Ramón y Cajal</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
13 Mayo	Amenaza de huelga de los médicos de urgencias	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Quiénes están al filo de la huelga?	Los médicos de Urgencias	<i>Gritos contra Lamela en un acto presidido por Aguirre en Leganés</i>
14 Mayo	Incompatibilidad alto cargo de la Consejería de Sanidad	El País: ¿Qué vulnera un alto cargo de Aguirre?	La Ley de Incompatibilidades	<i>Un alto cargo de Aguirre vulnera la Ley de Incompatibilidades</i>
		El Mundo: ¿En qué incurre un alto cargo de la Comunidad?	En incompatibilidad	<i>Un alto cargo de la Comunidad incurre en incompatibilidad.</i>
		ABC: X	X	X
16 Mayo	Instalación de sistema de seguridad en La Paz para prevenir agresiones	El País: ¿Para qué instala La Paz 170 cámaras?	Para prevenir agresiones en el hospital	<i>La Paz instala 170 cámaras para prevenir agresiones en el hospital.</i>
		El Mundo: ¿Gran Hermano de dónde?	De los hospitales	<i>El "Gran Hermano" de los hospitales</i>
		ABC: X	X	X
16 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué ha recobrado la calma?	Sanidad	<i>Sanidad recobra la calma</i>
17 Mayo	Condena por negligencia médica en el hospital Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cuánto se paga por "mala praxis?"	300.000 euros	<i>300.000 euros por "mala praxis".</i>
		ABC: ¿A quién indemnizan?	A una mujer que abortó tras someterse a una prueba en el Severo Ochoa.	<i>Indemnizan a una mujer que abortó tras someterse a una prueba en el Severo Ochoa</i>
17 Mayo	Avances en investigación neuronal	El País: ¿Qué han identificado neurólogos españoles?	Los síntomas de una malformación cerebral muy poco conocida	<i>Neurólogos españoles identifican los síntomas de una malformación cerebral muy poco conocida</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: ¿Qué es lo que nace?	Una asociación en defensa del Severo Ochoa	<i>Nace una asociación en defensa del Severo Ochoa</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Quién ha sido denunciado?	El gerente del Hospital de Leganés	<i>Denunciado el gerente del Hospital de Leganés</i>
20 Mayo	Condena por negligencia médica en el hospital Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cómo estaba el feto?	Descuartizado	<i>"El feto estaba descuartizado"</i>
		ABC: X	X	X
20 Mayo	Ranking de los sistemas de salud de las comunidades autónomas	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué CCAA tienen mejor sistema de Salud, según un informe?	Las socialistas	<i>Las CCAA socialistas tienen mejor sistema de Salud, dice un informe</i>
		ABC: X	X	X

2005	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
20 Mayo	Colapso del servicio de urgencias del hospital de Móstoles	El País: ¿Qué denuncian los sindicatos?	El colapso en urgencias del hospital de Móstoles	<i>Los sindicatos denuncian el colapso en urgencias del hospital de Móstoles</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
21 Mayo	Avances en tratamiento de quemados en el hospital de Getafe	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué han reducido?	La mortalidad en quemados	<i>Reducen la mortalidad en quemados</i>
21 Mayo	Uso civil del Gómez Ulla	El País: ¿Qué denuncia IU?	El “retraso” en el uso civil del hospital Gómez Ulla	<i>IU denuncia el “retraso” en el uso civil del hospital Gómez Ulla</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
22 Mayo	Fallecimiento por negligencia médica	El País: ¿Qué ha hecho la familia de la fallecida?	Denunciar al centro	<i>La familia de la fallecida ha denunciado al centro por negligencia</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
23 Mayo	Incendio y denuncias de los trabajadores en el Hospital de El Escorial	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cuál es el pronóstico del hospital?	Reservado	<i>Un hospital con pronóstico reservado</i>
		ABC: X	X	X
24 Mayo	Gestión del caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: ¿Quiénes piden la dimisión del consejero de Sanidad por el “caso Severo Ochoa”?	17.000 firmas	<i>17.000 firmas piden la dimisión del consejero de Sanidad por el “caso Severo Ochoa”</i>
		El Mundo: ¿Qué recogen?	Firmas contra la gestión de Lamela	<i>Recogen firmas contra la gestión de Lamela</i>
		ABC: X	X	X
25 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Quién no ve delito en el caso Severo Ochoa?	Enrique Gimbernat	<i>Enrique Gimbernat no ve delito en el caso Severo Ochoa.</i>
		ABC: X	X	X

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2006

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Manuel Lamela. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad, Elena Salgado.

En este periodo temporal se publican dieciocho noticias sobre el tema investigado, de las cuales nueve son positivas, siete negativas y dos neutras desde la perspectiva de imagen que proyectan los hospitales de la Comunidad de Madrid.

Se vuelve a tratar **el caso de las presuntas sedaciones irregulares en el hospital Severo Ochoa de Leganés**. El País publica una noticia en la que informa que “La audiencia de Madrid reabre un caso de sedación de Leganés” (El País, 12 de mayo). También El Mundo hace una referencia a este hecho, con presencia en la portada de su sección M2, con el título “La audiencia ordena reabrir un caso de sedación” (El Mundo, 12 de mayo). Coinciden en el uso del mismo verbo “reabrir” que implica que ya había estado abierto anteriormente, en el artículo indeterminado “un” para referirse al “caso”, evidenciando que hay más de uno. Presuponen el conocimiento del tema por parte del lector, ya que no añaden el adjetivo “irregular” al sustantivo “sedación” y así como El País se refiere al hospital Severo Ochoa en el que tuvieron lugar los hechos, empleando el nombre de la localidad en la que encuentra el centro, “Leganés”, El Mundo ni siquiera lo menciona. Aunque en ambos casos tiene una implicación negativa para el hospital, El Mundo le da mayor notoriedad al ubicarla en una página exclusivamente para ella (faldón de publicidad aparte) e ilustrarla con una fotografía. ABC excluye este asunto de su temario pudiendo ser interpretado como que lo considere un conflicto poco importante o incluso que pusiese ir contra los intereses de los editores del periódico.

Otra de las noticias acerca de crisis hospitalarias abordadas por dos de los diarios en sus páginas de Sociedad, está originada por un estudio del Ministerio de Sanidad que analiza los **efectos adversos sanitarios que produce la estancia en estos centros**. Así, El País publica que “16.000 muertes están vinculadas con efectos adversos en hospitales” (El País, 12 de mayo). ABC titula: “Ocho de cada cien ingresados ven agravado su estado por la asistencia hospitalaria” (ABC, 12 de mayo). Mientras que El País da relevancia a una cifra global, en números redondos, de fallecimientos tras una estancia hospitalaria, ABC resalta un porcentaje de pacientes que empeoran por la misma circunstancia, utilizando un gráfico para ampliar la información. Con la lectura de estos títulos, el lector puede fácilmente interpretar que se debe a una incorrecta asistencia en los mismos, aunque si se profundiza en el cuerpo de la noticia la causa de muchas de ellas son el deterioro previo o la evolución propia de la enfermedad. De ello se deduce que la intención de los redactores sería, al menos, provocar la duda sobre la competencia de estas instituciones. Esta noticia crítica hace referencia al Sistema Nacional de Salud, dependiente del Gobierno Central, en esas fechas del PSOE. El Mundo no publica el resultado de este informe lo que indica que no lo considera suficientemente relevante para ser incluido en su temario.

Las listas de espera es otro de los temas recurrentes. El País le dedica dos noticias en fechas consecutivas, aunque una de ellas tiene una connotación positiva al referirse a las soluciones que aporta la consejería de Sanidad para reducir las listas de espera diagnóstica: “Sanidad contratará a 115 médicos y ampliará el horario de consulta para reducir las listas de espera diagnóstica” (El País, 19 de mayo), la otra tiene un enfoque negativo al mencionar en su título las declaraciones de un portavoz de un sindicato en las que critica la gestión del consejero de Sanidad para dar solución al retraso en la atención sanitaria a los pacientes: “UGT acusa a Lamela de ser poco efectivo ante las listas de espera” (El País, 20 de mayo). Es significativo que mientras que en la primera el sujeto de la acción es la consejería de Sanidad, a la que se refiere con el genérico “Sanidad”, en la segunda personaliza en el objeto de la acusación, nombrando el apellido del consejero. También El Mundo le da un enfoque negativo ya que en su título apelativo cuestiona la eficacia del plan propuesto por el ejecutivo madrileño: “Espera sin compromiso” (El Mundo, 19 de mayo). La necesidad de tener que esperar ya tiene connotación negativa y la falta de compromiso implicaría ausencia de empeño por parte de la Administración.

ABC enfoca este asunto desde una perspectiva positiva en las dos noticias que aparecen en sus páginas. En ambas especifican los recursos que se van a emplear para agilizar las listas de espera. Le da mucha notoriedad a la que titula “Los médicos de cabecera pueden prescribir ya más de 60 pruebas diagnósticas en sus consultas” (ABC, 14 de mayo) puesto que ocupa dos páginas completas y está ilustrada por una fotografía y un gráfico. Sin embargo, a la que coincide cronológicamente con las de los otros periódicos, “Turnos de tarde y más profesionales para agilizar las pruebas diagnósticas” (ABC, 19 de mayo) le dedica una columna en página par.

En cuanto a las noticias con enfoque negativo que sólo forma parte del temario de uno de los diarios, El Mundo publica una noticia breve acerca de la manifestación de los enfermeros del Gregorio Marañón para reivindicar el reconocimiento de su carrera profesional: “Protesta en el hospital Gregorio Marañón” (El Mundo, 20 de mayo). El sustantivo “protesta” expresa una manifestación de disconformidad, aunque en el título no especifica cómo lo demostraron, ni quienes lo hicieron. Se produce una elipsis de sujeto y de verbo produciéndose la enálage y especifica el lugar donde se produce la acción, presuponiendo que este centro es objeto de las “protestas”.

Respecto a las noticias de carácter positivo, la única que es reflejada por los tres soportes es un **multitrasplante de órganos a una niña en La Paz**, aunque con diferente relevancia. El País, que le dedica cuatro columnas y acompaña de fotografía, es el único que no lo menciona en otra ubicación y no hace referencia en su titular al centro que lo realiza: “Un hospital de Madrid trasplanta el aparato digestivo y el bazo a un bebé” (El País, 25 de mayo). El Mundo, que le destina cinco columnas con gráfico y cita en la portada de la sección M2, no especifica el hospital en el título pero sí en el antetítulo: “Trasplantan seis órganos a una niña” (El Mundo, 25 de mayo). ABC emplea página par completa con fotografía y gráfico, además de adjudicarle espacio en el sumario y mencionar en su título el hospital que lo realiza: “La Paz realiza con éxito el primer trasplante completo de aparato digestivo de España” (ABC, 25 de mayo).

En cuanto a noticias de carácter positivo que forman parte del temario de sólo uno de los rotativos, el País publica dos: “El entorno de La Paz tendrá parquímetros más baratos” (El

País, 12 de mayo) y “Sanidad pagará el traslado de enfermos en taxi a hospitales” (El País, 18 de mayo) y ABC una: “El hospital Gregorio Marañón estrena ciberaula” (ABC, 18 de mayo).

En este espacio temporal, hay dos noticias que se han considerado neutras, ya que no implican ninguna consideración ni positiva ni negativa en la imagen de los hospitales aunque sí les mencionan. Una es publicada por El País: “Sanidad alerta de los altos niveles de polen que sufre la región” (El País, 24 de mayo) y la otra por ABC: “Los trastornos mentales por uso de drogas se elevaron un 28, 5% en sólo dos años” (ABC, 23 de mayo).

La mayoría de las noticias de crisis del sistema sanitario publicadas en este lapso de tiempo (siete) se refieren a temas genéricos. Respecto a las listas de espera, el enfoque de El País es equitativo, ya que en una de ellas da voz a quien cuestiona la gestión de la consejería de sanidad y en la otra refleja los recursos que está disponiendo para solucionarlo. El Mundo solamente publica una, desde una perspectiva de reprobación y por el contrario, ABC da cabida en sus dos noticias sobre este asunto a los medios que están disponiendo para resolverlo. En cuanto a los efectos adversos sanitarios, tanto El País como ABC le dan un enfoque negativo, afectando principalmente a la imagen de los hospitales en todo el territorio nacional y por tanto responsabilizando implícitamente al Ministerio.

Las que se refieren a hospitales públicos son tres, dos El Mundo y una El País que se posicionan con un *frame* negativo respecto a la imagen de estos establecimientos. ABC no ha considerado que tuviesen suficiente importancia para incluirlo en su temario.

Así que podríamos concluir que en este periodo temporal, ABC y El Mundo han establecido un posicionamiento ideológico sutil, favoreciendo el primero con su cobertura la imagen de los hospitales de la Comunidad y por ende, la gestión del gobierno de Aguirre y criticando la del gobierno nacional y el segundo cuestionando las políticas sanitarias de Madrid a través de las noticias relacionadas con hospitales que incluye y, también, excluye de sus páginas.

Tabla 9: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2006.

2006	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
12 Mayo	Caso de posibles sedaciones irregulares en el Severo Ochoa	El País: ¿Qué reabre la Audiencia de Madrid?	Un caso de sedación de Leganés	<i>La Audiencia de Madrid reabre un caso de sedación de Leganés</i>
		El Mundo: ¿Qué ordena la Audiencia?	Reabrir un caso de sedación	<i>La Audiencia ordena reabrir un caso de sedación</i>
		ABC: X	X	X
12 Mayo	Análisis de los efectos adversos sanitarios	El País: ¿Cuántas muertes están vinculadas con efectos adversos de los hospitales?	16.000	<i>16.000 muertes están vinculadas con efectos adversos en hospitales</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuántos ingresados ven agravado su estado por la asistencia hospitalaria?	Ocho de cada cien	<i>Ocho de cada cien ingresados ven agravado su estado por la asistencia hospitalaria</i>
12 Mayo	Mejora en entorno hospitalario	El País: ¿Qué tendrá el entorno de La Paz?	Parquímetros más baratos	<i>El entorno de La Paz tendrá parquímetros más baratos</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
14 Mayo	Listas de espera	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué pueden prescribir los médicos de cabecera ya?	Más de 60 pruebas diagnósticas en sus consultas	<i>Los médicos de cabecera pueden prescribir ya más de 60 pruebas diagnósticas en sus consultas</i>
18 Mayo	Traslado de enfermos	El País: ¿Qué pagará Sanidad?	El traslado de enfermos en taxi a hospitales	<i>Sanidad pagará el traslado de enfermos en taxi a hospitales</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Mejora en condiciones hospitalarias	El País:	X	X
		El Mundo	X	X
		ABC: ¿Qué estrena el hospital Gregorio Marañón?	Ciberaula	<i>El hospital Gregorio Marañón estrena ciberaula</i>
19 Mayo	Listas de espera	El País: ¿Qué hará Sanidad para reducir la lista de espera diagnóstica?	Contratará a 115 médicos y ampliará el horario de consulta	<i>Sanidad contratará a 115 médicos y ampliará el horario de consulta para reducir la lista de espera diagnóstica</i>
		El Mundo: ¿Cómo es la espera?	Sin compromiso	<i>Espera sin compromiso</i>
		ABC: ¿Cómo se van a agilizar las pruebas diagnósticas?	Con turnos de tarde y más profesionales	<i>Turnos de tarde y más profesionales para agilizar las pruebas diagnósticas</i>
20 Mayo	Reivindicación profesional	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Dónde ha sido la protesta?	En el hospital Gregorio Marañón	<i>Protesta en el hospital Gregorio Marañón</i>
		ABC: X	X	X
20 Mayo	Listas de espera	El País: ¿De qué acusa UGT a Lamela?	De ser poco efectivo ante las listas de espera	<i>UGT acusa a Lamela de ser poco efectivo ante las listas de espera.</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
23 Mayo	Salud pública	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuánto se elevaron los trastornos mentales por uso de drogas?	Un 28,5% en sólo dos años	<i>Los trastornos mentales por uso de drogas se elevaron un 28, 5% en sólo dos años</i>
24 Mayo	Alerta sanitaria	El País: ¿De qué alerta Sanidad?	De los altos niveles de polen que sufre la región	<i>Sanidad alerta de los altos niveles de polen que sufre la región</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
25 Mayo	Multitrasplante de órganos en el hospital de La Paz	El País: ¿Qué hace un hospital de Madrid?	Trasplanta el aparato digestivo y el bazo a un bebé	<i>Un hospital de Madrid trasplanta el aparato digestivo y el bazo a un bebé.</i>
		El Mundo: ¿Qué han trasplantado a una niña?	Seis órganos	<i>Trasplantan seis órganos a una niña</i>
		ABC: ¿Qué realiza La Paz con éxito?	El primer trasplante completo de aparato digestivo de España	<i>La Paz realiza con éxito el primer trasplante completo de aparato digestivo de España</i>

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2007

La información de este periodo está claramente determinada por su coincidencia con la campaña para las elecciones autonómicas de 2007. Es relevante que en este periodo se observe más claramente el antagonismo de los *frames* que ofrecen cada uno de los diarios respecto a los mismos hechos noticiables que en los periodos analizados en años anteriores.

Mientras que el resto de comunidades celebraban la séptima convocatoria a elecciones autonómicas el 27 de mayo, para la Comunidad de Madrid eran las octavas elecciones a la Asamblea de Madrid. Esta diferencia se debe a que la VI legislatura concluyó a los 80 días por un caso de deserción política (caso Tamayo-Sáez) que impidió designar al Presidente de la Comunidad y que convirtió a la legislatura en la más corta de la reciente democracia española. Las séptimas elecciones se realizaron a finales de octubre de 2003 y desde entonces gobernaba el Partido Popular con mayoría absoluta, estando al frente de la presidencia Esperanza Aguirre y como consejero de Sanidad Manuel Lamela.

Los principales candidatos a presidir la Comunidad Autónoma de Madrid en la siguiente legislatura fueron Esperanza Aguirre por el Partido Popular, Rafael Simancas del Partido Socialista Obrero Español e Inés Sabanés de Izquierda Unida.

El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad, Elena Salgado.

En este periodo de campaña electoral se publican trece noticias sobre el tema investigado, de las cuales tres son positivas y diez negativas desde la perspectiva de los gestores de las políticas sanitarias y gerencia de los hospitales de la CAM.

En el análisis cuantitativo se plantea la cuestión de que asuntos que, a priori parecen positivos, según el enfoque con el que se publiquen, pueden transmitir el efecto contrario. Este es uno de ellos. El caso de las **inauguraciones de nuevos hospitales en la Comunidad de Madrid** por parte de la presidenta, Esperanza Aguirre, es tratado por los tres diarios con enfoques diferentes. El País adopta una postura crítica en la que denuncia que éstas son ficticias y están manipuladas para obtener rédito electoral. Con noticias que ocupan una página completa y numeroso material gráfico titula “Inauguraciones de cartón piedra” (El País, 11 de mayo) y “Otro hospital (in)acabado de Aguirre” (El País, 15 de mayo) en las que revela a sus lectores que estos centros aún están sin terminar e inoperativos y que tras equiparlos para “la foto” se retira el material médico. ABC da cobertura a la noticia desde una perspectiva opuesta, ya que informa de cómo va a beneficiar a la comunidad el nuevo hospital: “El futuro hospital del Henares dará servicio a 170.000 vecinos del corredor” (ABC, 15 de mayo).

El País señala que esta cuestión ha sido puesta en conocimiento de la Junta Electoral por los partidos de la oposición: “Las “inauguraciones” de Aguirre en plena campaña llegan a la Junta Electoral” (El País, 16 de mayo). El Mundo le dedica una página y la portada completa de la sección M2. En esta, titula “Inauguraciones en vilo” (El Mundo, 15 de mayo) refiriéndose a la posibilidad de que la Junta Electoral las prohíba por la acusación de IU, como refiere en el título de páginas interiores: “IU denuncia a Aguirre a la Junta Electoral” (El Mundo, 15

de mayo). En ambos casos el recurso de poner entrecomillada la palabra “inauguraciones” indica la postura suspicaz de los diarios acerca del tema. Sin embargo es significativo que El Mundo, tanto en antetítulo como en subtítulo interior, evite el término “inauguración” y las denomine “actos de presentación”. ABC ocupa una columna con este tema titulando: “IU denuncia a Aguirre ante la Junta Electoral por las inauguraciones” (ABC, 16 de mayo), ofreciendo la versión oficial del gobierno de la Comunidad.

El caso de las **presuntas sedaciones irregulares del hospital Severo Ochoa de Leganés** también es tratado por dos de los diarios en este periodo electoral. El País lo hace a través de una información en la que titula con una cita indirecta de Inés Sabanés, candidata de IU: “Sabanés quiere devolver la dignidad a la sanidad pública” (El País, 21 de mayo). ABC también le da cobertura con una noticia breve en la que por medio de una cita directa señala: “Sabanés dice que IU devolverá la dignidad a la sanidad y al Severo Ochoa” (ABC, 21 de mayo). El entrecomillado demuestra distanciamiento del periódico respecto a estas declaraciones.

En cuanto a asuntos con connotación negativa tratados por un único diario, El Mundo publica “Sabanés promete 4.500 nuevas camas en los hospitales públicos” (El Mundo, 19 de mayo). Este título en sí no compromete al ejecutivo saliente pero si el subtítulo: “La candidata señala que la construcción de los nuevos centros “acarreará” una deuda de 1600 millones de euros”. La “deuda” ya de por sí tiene una evocación negativa y el verbo “acarrear” entrecomillado ya que es literal de sus declaraciones y así lo quiere especificar el redactor, significa según la RAE, “traer consigo daños o desgracias”. Esta noticia que en la investigación cuantitativa hemos clasificado en la categoría de Recursos Técnicos de carácter negativo, es otro de los ejemplos de que un asunto como la construcción de nuevos hospitales que a priori es algo positivo, según el enfoque que se le otorgue, se puede transformar en una crítica.

El País aborda el **tema de las listas de espera** desde la perspectiva de que la presidenta ha incumplido la promesa de reducirlas: “La dimisión que nunca llegó” (El País, 13 de mayo). El título apelativo al que podemos dar sentido inmediatamente sólo por los elementos que le acompañan, subtítulo y fotografía. El lector puede interpretar que Aguirre debería haber dimitido por el uso del artículo determinado la, y el verbo llegar en pretérito perfecto simple y no lo hizo, dándole relevancia al adverbio de tiempo “nunca”.

ABC publica una noticia que titula con una cita indirecta de unas declaraciones del candidato del PSOE: “Simancas acusa de nuevo al PP de querer privatizar la sanidad” (ABC, 24 de mayo). Utiliza el verbo acusar, con intensidad ilocutiva de acto representativo que compromete al hablante con la autenticidad de la proposición expresada, de manera que puede caracterizarse como verdadera o falsa. La locución adverbial “de nuevo”, implica que ya lo ha hecho anteriormente. El objeto de la acusación es el Partido Popular al que denominan con su acrónimo, que según manifiesta el aspirante tiene la intención de privatizar la gestión de la sanidad pública. Hace elipsis de los términos “gestión” y “pública” ya que la considera información conocida.

De las dos noticias restantes de carácter positivo, una es publicada por El Mundo: “Habitaciones individuales en el Marañón” (El Mundo, 17 de mayo) y otra por ABC “Nueva unidad para mayores con insuficiencia cardíaca”. (ABC, 13 de mayo).

Estos datos demuestran que durante esta campaña electoral el enfoque de la cobertura del País es crítico con la gestión de la consejería de Sanidad, corroborando las conclusiones de Castromil y Chavero (2012) en las que manifiestan que “la tendenciosidad dominante en la prensa de referencia española es la negatividad, (...) en elecciones de ámbito autonómico y local. Antes que resaltar las bondades de la opción político-ideológica afín se prefiere el ataque al rival”.

El Mundo, le da menos relevancia al área de Sanidad en su temario de esta campaña electoral. Publica dos noticias que afectan negativamente a los intereses del gobierno autonómico, y en ambos figura Izquierda Unida, como opositor al PP, sin hacer referencia al PSOE o sus propuestas. Lo mismo hace ABC en dos de sus noticias de connotación negativa, otorgando el protagonismo a esta formación política, pero además incluye otra con una cita indirecta en la que el líder del PSOE introduce el tema de la “privatización de la sanidad”, que sería tan significativo en las siguientes legislaturas. Contrarrestan ambos diarios estas críticas con sendas noticias de carácter positivo y además en el caso de ABC cubriendo los beneficios de los nuevos hospitales e ignorando su supuesto carácter electoralista, algo que también hace El Mundo, omitiendo esta polémica a través del fenómeno conocido como *Agenda cutting*.

Tabla 10: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2007.

2007	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
11 Mayo	Inauguraciones de hospitales	El País: ¿Cómo son las inauguraciones?	De cartón piedra	<i>Inauguraciones de cartón piedra</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
12 Mayo	Inauguraciones de hospitales	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿A quién denuncia IU ante las Junta Electoral?	A Aguirre	<i>IU denuncia a Aguirre a la Junta Electoral</i>
		ABC: X	X	X
13 Mayo	Mejoras en los servicios hospitalarios del hospital Ramón y Cajal	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Para quién es la nueva unidad?	Para mayores con insuficiencia cardiaca	<i>Nueva unidad para mayores con insuficiencia cardiaca</i>
13 Mayo	Listas de espera	El País: ¿Qué pasó con la dimisión?	Que nunca llegó	<i>La dimisión que nunca llegó</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
15 Mayo	Inauguraciones de hospitales	El País: ¿De quién es otro hospital (in)acabado?	De Aguirre	<i>Otro hospital (in)acabado de Aguirre</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿A quién dará servicio el futuro hospital del Henares?	A 170.000 vecinos del Corredor	<i>El futuro hospital del Henares dará servicio a 170.000 vecinos del Corredor</i>
16 Mayo	Inauguraciones de hospitales	El País: ¿Dónde llegan las "inauguraciones" de Aguirre en plena campaña?	A la Junta Electoral	<i>Las "inauguraciones" de Aguirre en plena campaña llegan a la Junta Electoral.</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Por qué denuncia IU a Aguirre ante la Junta Electoral?	Por las inauguraciones	<i>IU denuncia a Aguirre ante la Junta Electoral por las inauguraciones</i>
17 Mayo	Mejora de instalaciones hospitalarias del hospital Gregorio Marañón	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué hay en el Marañón?	Habitaciones individuales	<i>Habitaciones individuales en el Marañón</i>
		ABC: X	X	X
19 Mayo	Gestión de la inversión en sanidad	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué promete Sabanés?	4500 nuevas camas en los hospitales públicos	<i>Sabanés promete 4500 nuevas camas en los hospitales públicos</i>
		ABC: X	X	X
21 Mayo	Caso de presuntas sedaciones irregulares en el hospital Severo Ochoa	El País: ¿Qué quiere Sabanés?	Devolver la dignidad a la sanidad pública	<i>Sabanés quiere devolver la dignidad a la sanidad pública</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué dice Sabanés?	Que IU "devolverá la dignidad a la sanidad" y al Severo Ochoa.	<i>Sabanés dice que IU "devolverá la dignidad a la sanidad" y al Severo Ochoa.</i>
24 Mayo	Privatización de la sanidad pública	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿De qué acusa Simancas de nuevo al PP?	De querer privatizar la sanidad	<i>Simancas acusa de nuevo al PP de querer privatizar la sanidad</i>

Fuente: Elaboración propia

4.2.5. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2008

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Juan José Güemes. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y el ministro de Sanidad era Bernat Soria.

Este es el periodo temporal en el que más noticias negativas, concretamente diecinueve, relacionadas con hospitales se publican en los tres diarios, fundamentalmente porque hay varios asuntos que se mantienen en la agenda mediática a lo largo de varios días.

Uno de ellos son los **conflictos laborales** que se dan en el sector durante estas fechas. El País recoge en sus páginas dos de ellos. En primer lugar, con una noticia principal: “Privatizaciones y huelgas ocupan la agenda de Sanidad” (El País, 7 de mayo) y dos complementarias que ocupan media página interior y un cuarto de portada de la sección Madrid: “Huelga contra el deterioro de los colegios y hospitales públicos” (El País, 7 de mayo) se hace eco de la convocatoria de huelga de la Federación de Médicos y Técnicos Superiores (Femyts) contra la gestión de la consejería de Sanidad. La connotación negativa está determinada por los sustantivos “privatizaciones” y “huelgas” en plural en el primer caso y “huelga” y “deterioro”, así como la preposición “contra” en el segundo. Al día siguiente vuelve a tratar este mismo asunto con el título: “20.000 médicos de la Sanidad pública, llamados hoy a la huelga” (El País, 8 de mayo). Sin embargo, una vez que ésta se ha realizado, reconoce su baja incidencia en los hospitales, mediante el verbo “fracasar”: “La huelga de médicos vacía ambulatorios pero fracasa en hospitales” (El País, 9 de mayo). El Mundo le da menos relevancia al alcance de este paro, al dedicarle media página par y es para expresar su desconcierto, a través de una interrogación, ante las diferentes cifras que ofrecen el sindicato y la consejería: “Seguimiento de la huelga: ¿72% ó 9%?” (El Mundo, 9 de mayo). ABC, con una noticia inmediata, informa que “Médicos de hospitales se suman hoy al paro de 20.000 profesionales” (ABC, 8 de mayo). El día siguiente reseña “Los médicos amenazan con más paros si el Gobierno regional les ignora” (ABC, 9 de mayo). Como podemos comprobar, tres enfoques diferentes para un mismo hecho. El único que da explicación en su título a las razones de la huelga, comprometiendo al ejecutivo explícitamente es El País, lo que corrobora la idea de que El País es el diario más crítico con las políticas del gobierno de la Comunidad, del Partido Popular, mientras que El Mundo y ABC suavizan aquellos asuntos que perjudican la imagen de su gestión.

Por otra parte, El País también dedica media página par y reseña en la portada de la sección Madrid a la negativa de los MIR a firmar altas en el hospital Ramón y Cajal provocando que los pacientes tengan que esperar mucho tiempo para poder irse a su casa, mediante un título informativo en el que la connotación negativa está reflejada por el sustantivo “caos”: “Caos en las urgencias del Ramón y Cajal” (El País, 8 de mayo).

El tema sanitario al que más relevancia da El País en estos días es la gestión de la **crisis provocada en el hospital 12 de Octubre por el desarrollo de una bacteria en la UCI** a la que dedica tres noticias. Todas ellas, con aparición en portada como noticia principal, se exponen en la sección de Sociedad. El día 11 de mayo publica en portada: “Una bacteria

causa 18 muertos en un hospital de Madrid” (El País, 11 de mayo). En dos páginas completas interiores titula: “El hospital tardó 20 meses en acometer las obras que acabaron con el brote” (El País, 11 de mayo). El verbo “tardar”, da a entender que el tiempo que se empleó en decidirse a empezar y ejecutar las obras para terminar con la bacteria, “20 meses”, fue demasiado largo, generando la duda acerca de la eficacia en la gestión de la crisis y si se podría haber evitado muertes. El uso del verbo “acabar” en pretérito perfecto simple indica que en la actualidad está solucionado. La noticia complementaria que le acompaña: “Tres años de deficiencias y quejas” (El País, 11 de mayo) implícitamente también atribuye la responsabilidad de lo sucedido en el hospital a los gestores del mismo dado que conocían las condiciones en las que estaban las instalaciones de la UCI por las denuncias de los trabajadores y dando a entender que esta es la razón por las que apareció y se extendió la bacteria.

Las imágenes que acompañan esta información y sobre todo los pies de foto contribuyen al enfoque que estamos comentando y que es criticado en una carta al director que publica este mismo diario (“Un doloroso error”, El País, 15 de mayo). Con “doloroso error” unos padres que perdieron un bebé en este hospital en las mismas fechas, se refieren tanto al contenido como a la forma de la noticia ya que puede sembrar dudas y dar lugar a malentendidos tratándose de un tema tan sensible y piden más rigor.

El día 12 de mayo da continuidad a la cuestión encabezando en portada la información: “La fiscalía investiga la muerte de 18 pacientes en el 12 de octubre” y en las dos páginas completas interiores: “La fiscalía investiga al 12 de Octubre” y “El hospital negó hace un año el brote” (El País, 12 de mayo). Estas dos noticias comprometen implícitamente a los gestores del hospital, sembrando la duda respecto al manejo de esta crisis en el primer caso (mediante el verbo “investigar”) y acusándoles de desconocer lo que estaba sucediendo o incluso de mentir, según lo interpreten los lectores, en el segundo (a través del verbo “negar” un hecho en la actualidad demostrado). El día 13 de mayo en sumario de portada: “El brote más letal de España” y en una página completa interior “El brote infecciosa del 12 de Octubre es el más letal registrado en España” y como noticia complementaria la cita directa de un familiar de un fallecido “Mi padre murió con la bacteria”. (El País 13 de mayo). En definitiva, tres apariciones en portada, tres noticias principales, tres noticias complementarias, una carta al director y más de cinco páginas completas dedicadas a este asunto.

El Mundo también presenta este acontecimiento en portada pero en una sola ocasión y otorgándole menor relevancia ya que en portada redacta un título de sumario: “El hospital Doce de Octubre luchó dos años contra una bacteria que mató a 18 pacientes” (El Mundo, 11 de mayo). En portada de la sección Madrid avanza: “El Doce de Octubre logró *controlar* a una bacteria que afectó a más de 250 enfermos” (El Mundo, 11 de mayo) y en páginas interiores desarrolla una noticia principal titulada “Una bacteria afectó a 250 enfermos en el Doce de Octubre” y dos complementarias: “En 2007 murieron varios bebés” y “Multirresistente a los antibióticos” (El Mundo, 11 de mayo). Su enfoque está dirigido a resaltar el esfuerzo de los responsables por acabar con el brote (“luchó contra”, “logró controlar”, “multirresistente”). El día siguiente publica “La fiscalía investigará el *caso de la bacteria*” (El Mundo, 12 de mayo).

ABC le da mucha menor visibilidad a este evento, no aparece en portada, y el 12 de mayo, en media página titula: “La fiscalía General del Estado investigará 18 muertes ocurridas en la

UCI del 12 de octubre” (ABC, 12 de mayo) y al día siguiente le da réplica con un título en el que se transmite una cita directa: “*Es imposible probar la mortalidad de la bacteria del 12 de octubre*, dicen los microbiólogos” (ABC, 12 de mayo). De esta manera contrarresta la posible responsabilidad del hospital al poner en duda la relación entre la presencia de la bacteria en el hospital y los fallecimientos.

Los tres diarios le dan diferente relevancia y distinto enfoque. Se observa que cuando se refieren a la investigación de la fiscalía El País hace objeto de la misma al “12 de Octubre”, El Mundo al “caso de la bacteria” y ABC a las “18 muertes ocurridas en la UCI del 12 de Octubre”. Es diferente la atribución de responsabilidad que cada uno de los diarios confiere a los gestores del hospital.

El día 18 de mayo en la sección Madrid, El País da cuenta de una **sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid** en la que sancionan a este mismo hospital a indemnizar a los padres de un bebe que falleció por una bacteria y que aunque no es el mismo microorganismo, lo relacionan con el caso que está de actualidad: “Condenado el 12 de octubre por la muerte de un bebé por una bacteria” (El País, 18 de mayo). También El Mundo registra en su portada de la sección Madrid: “La Comunidad de Madrid, condenada tras morir un bebé en el 12 de octubre por una bacteria” (El Mundo, 18 de mayo) y en página impar, una noticia titulada: “La niña murió a los 20 días de nacer en el hospital 12 de octubre.” ABC informa “Condena del TSJM por la muerte de un bebé en el 12 de Octubre” (ABC, 18 de mayo). También en este asunto se observan sutiles diferencias si nos atenemos a quién es objeto de la condena: “el 12 de Octubre” para El País, “la Comunidad de Madrid” para El Mundo y ABC no lo menciona, además de ser el único diario que no señala la causa (la bacteria) en su título.

Otro hecho al que dan cobertura los diarios en estos días es al **juicio contra un médico acusado de abusos sexuales** por varias de sus pacientes y que a pesar de ello sigue pasando consulta en el hospital Infanta Leonor. En la primera de las noticias que publica El País sobre este asunto enfoca el titular con la cita directa de una de las presuntas víctimas: “Sólo quiero que deje de ejercer” (El País, 20 de mayo). El día siguiente, el encabezamiento es una cita directa del acusado: “Salen coloradas y buscan un culpable” (El País, 21 de mayo) y en el ejemplar del día 22, en portada de la Sección Madrid avanza la noticia titulada “El hospital aparta de los pacientes al médico juzgado por abusos sexuales” con el encabezamiento “Sanidad aparta al médico juzgado por abusos sexuales” (El País, 22 de mayo). El Mundo reproduce una cita indirecta de la versión del acusado: “El rehabilitador acusado de abusos dice que eran *terapias*” (El Mundo, 21 de mayo) e informa de la decisión del hospital de retirarle de sus funciones: “Suspenden al doctor Lobo en el último día de su juicio” (El Mundo, 22 de mayo). ABC también le da menor cobertura y en una sola noticia titula “El fiscal eleva la petición de pena para el médico acusado de abusos sexuales” (ABC, 22 de mayo).

También informan de la condena al Imsalud por una **negligencia médica en el hospital Gregorio Marañón** que El País titula: “158.000 euros por el fallo en el diagnóstico a una mujer con cáncer” (El País, 10 de mayo) y El Mundo, en una noticia breve: “Condenan a Sanidad por mal diagnóstico” (El Mundo, 10 de mayo). ABC no menciona este asunto, lo que se puede interpretar bajo el fenómeno de la *Agenda-cutting*.

El País plantea la **apertura de unidades de cuidados paliativos** en los hospitales Clínico, La Paz y 12 de Octubre. Este hecho positivo queda empañado en la información por la demora, “con retraso”, con que se ha efectuado: “Sanidad abre tres unidades de cuidados paliativos con retraso” (El País, 9 de mayo). También El Mundo lo expone desde un punto de vista negativo ya que inserta este acontecimiento dentro de una noticia que trata de la destitución del director de cuidados paliativos del hospital 12 de Octubre: “Cese en el Doce de Octubre” (El Mundo, 9 de mayo).

Respecto a las noticias de carácter negativo publicadas por un solo diario, El País publica una sobre Recursos Técnicos, nuevamente una de las paradojas observadas en el análisis cuantitativo, en el que a priori considerábamos que esta categoría tiene una connotación positiva pero en este caso trata de la clausura de ocho de los quirófanos de La Paz por la combustión del condensador de una lámpara de quirófano que emanaba gases tóxicos: “La Paz cierra ocho de sus quirófanos para impedir intoxicaciones” (El País, 20 de mayo). Al día siguiente manifiesta que se ha solucionado esta incidencia: “La Paz abre los ocho quirófanos que estaban cerrados” (El País, 21 de mayo). Además, publica una carta al director que bajo el título “Sanidad para todos” (El País, 7 de mayo) critica que esta no es universal y gratuita ya que a dos ancianos españoles se la deniegan aunque no explican las razones que les argumentan para ello.

En cuanto a noticias de carácter positivo, el día 6 de mayo, El Mundo y ABC reflejan en sus páginas la apertura de un nuevo centro en Vallecas, con sendos titulares: “Abre un nuevo centro médico en Vallecas “ y “El nuevo centro sanitario de Vallecas beneficiará a más de 350.000 vecinos”. El País aplica el fenómeno conocido como *Agenda-cutting*, al ignorar la noticia no le otorga importancia suficiente y para sus lectores este acontecimiento no existe mediáticamente por desconocido. Esta misma reflexión se podría aplicar respecto a ABC y El Mundo con respecto a una noticia con posicionamiento positivo referida a una clínica privada que es publicada por El País e ignorada por los otros rotativos: “Protección de Datos tumba una de las tesis de la Guardia Civil contra Isadora”. (El País, 7 de mayo). Los dos términos que le confieren esta categorización son el verbo “tumbar” y la preposición “contra”.

Este periodo temporal se caracteriza por una agenda mediática especialmente prolífica respecto a asuntos hospitalarios con treinta y cinco noticias publicadas, especialmente en el caso de El País en cuyo temario aparecen más de la mitad de ellas, concretamente diecinueve, de las cuales trece están redactadas desde un enfoque negativo hacia la gestión de la dirección de los hospitales públicos y la consejería de Sanidad de la CAM. Incluso la única que se ha catalogado como neutra: “El hospital privado ya es un producto de masas” (El País, 22 de mayo) lleva implícita una crítica al sistema sanitario público, al considerar que sus deficiencias son una de las razones de esta tendencia.

El Mundo y ABC también siguen esta línea en las que prevalecen las noticias de carácter negativo aunque en menor número, ocho y cinco respectivamente, y otorgándoles menos relevancia, tanto en espacio, no aparición en portadas, ubicación, como otro tipo de recursos estilísticos tan sutiles como eficaces, que tienen que ver con el lenguaje empleado y con la atribución de las causas de las crisis referidas.

Tabla 11: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2008.

2008	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
6 Mayo	Inauguración nuevo centro sanitario	El País: X	X	X
		Universalidad de la sanidad gratuita	En Vallecas	<i>Abre un nuevo centro médico en Vallecas</i>
		Resolución favorable de APD hacia la Clínica Isadora	A más de 350.000 vecinos	<i>El nuevo centro sanitario de Vallecas beneficiará a más de 350.000 vecinos.</i>
7 Mayo	Universalidad de la sanidad gratuita	El País: ¿Para quién es la sanidad?	Para todos	<i>Sanidad para todos</i>
		Negativa de los MIR a firmar altas de pacientes en urgencias del Ramón y Cajal	X	X
		Conflictos laborales en hospitales	X	X
7 Mayo	Resolución favorable de APD hacia la Clínica Isadora	El País: ¿Qué tumba Protección de datos?	Una de las tesis de la Guardia Civil contra Isadora	<i>Protección de Datos tumba una de las tesis de la Guardia Civil contra Isadora.</i>
		Apertura de nuevas unidades de cuidados paliativos en tres hospitales	X	X
		Negligencia médica	X	X
7 Mayo	Conflictos laborales en hospitales	El País: ¿Qué ocupa la agenda de Sanidad?	Privatizaciones y huelgas	<i>Privatizaciones y huelgas ocupan la agenda de Sanidad</i>
		Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	X	X
		Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	X	X
8 Mayo	Negativa de los MIR a firmar altas de pacientes en urgencias del Ramón y Cajal	El País: ¿Dónde hay caos?	En las urgencias del Ramón y Cajal	<i>Caos en las urgencias del Ramón y Cajal</i>
		Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	X	X
		Cierre de quirófanos en Hospital La Paz	X	X
8 Mayo	Conflictos laborales en hospitales	El País: ¿Cuántos médicos de la Sanidad Pública están llamados hoy a la huelga?	20.000	<i>20.000 médicos de la sanidad pública, llamados hoy a la huelga</i>
		Cierre de quirófanos en Hospital La Paz	X	X
		Presuntos abusos sexuales de un sanitario a las pacientes	Médicos de hospitales	<i>Médicos de hospitales se suman hoy al paro de 20.000 profesionales</i>
9 Mayo	Conflictos laborales en hospitales	El País: ¿Qué es lo que vacía los ambulatorios pero fracasa en los hospitales?	La huelga de médicos	<i>La huelga de médicos vacía ambulatorios pero fracasa en los hospitales</i>
		Nuevos hábitos sanitarios en la sociedad	¿72% ó 9%?	<i>Seguimiento de la huelga: ¿72% ó 9%?</i>
		ABC: ¿Con qué amenazan los médicos?	Con más paros si el gobierno regional les ignora	<i>Los médicos amenazan con más paros si el Gobierno regional les ignora.</i>
9 Mayo	Apertura de nuevas unidades de cuidados paliativos en tres hospitales	El País: ¿Cómo abre Sanidad tres unidades de cuidados paliativos?	Con retraso	<i>Sanidad abre tres unidades de cuidados paliativos con retraso</i>
		El Mundo: ¿Dónde ha sido el cese?	En el Doce de Octubre	<i>Cese en el Doce de Octubre</i>
		ABC: X	X	X
10 Mayo	Negligencia médica	El País: ¿Cuánto cuesta el fallo en el diagnóstico a una mujer con cáncer?	158.000 euros	<i>158.000 euros por el fallo en el diagnóstico a una mujer con cáncer</i>
		El Mundo: ¿Por qué condenan a Sanidad?	Por mal diagnóstico	<i>Condenan a Sanidad por mal diagnóstico</i>
		ABC: X	X	X
11 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Cuánto tiempo tardó el hospital en acometer las obras que acabaron con el brote?	20 meses	<i>El hospital tardó 20 meses en acometer las obras que acabaron con el brote</i>
		El Mundo: ¿A quién afectó una bacteria?	A 250 enfermos en el Doce de Octubre	<i>Una bacteria afectó a 250 enfermos en el Doce de Octubre</i>
		ABC: X	X	X
12 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Qué investiga la fiscalía?	Al 12 de Octubre	<i>La fiscalía investiga al 12 de Octubre</i>
		El Mundo: ¿Qué investigará la Fiscalía?	El "caso de la bacteria"	<i>La Fiscalía investigará "el caso de la bacteria"</i>
		ABC: ¿Qué investigará la Fiscalía General del Estado?	18 muertes ocurridas en la UCI del 12 de Octubre	<i>La Fiscalía General del Estado investigará 18 muertes ocurridas en la UCI del 12 de Octubre</i>
13 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Cómo es el brote infeccioso del 12 de Octubre?	El más letal registrado en España	<i>El brote infeccioso del 12 de Octubre es el más letal registrado en España.</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué dicen los microbiólogos?	Que "Es imposible probar la mortalidad de la bacteria del 12 de Octubre"	<i>"Es imposible probar la mortalidad de la bacteria del 12 de Octubre" dicen los microbiólogos</i>

2008	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
15 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Cómo es el error?	Doloroso	<i>Un doloroso error</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Por qué ha sido condenado el 12 de Octubre?	Por la muerte de un bebé por una bacteria	<i>Condenado el 12 de Octubre por la muerte de un bebé por una bacteria</i>
		El Mundo: ¿Cuándo murió la niña?	A los 20 días de nacer en el hospital 12 de Octubre	<i>La niña murió a los 20 días de nacer en el hospital 12 de Octubre</i>
		ABC: ¿Por qué es la condena del TSJM?	Por la muerte de un bebé en el 12 de Octubre	<i>Condena del TSJM por la muerte de un bebé en el 12 de Octubre</i>
20 Mayo	Cierre de quirófanos en Hospital La Paz	El País: ¿Por qué cierra La Paz ocho de sus quirófanos?	Para impedir intoxicaciones	<i>La Paz cierra ocho de sus quirófanos para impedir intoxicaciones</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
20 Mayo	Presuntos abusos sexuales de un sanitario a las pacientes	El País: ¿Qué es lo único que quiero?	Que deje de ejercer	<i>“Sólo quiero que deje de ejercer”</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
21 Mayo	Cierre de quirófanos en Hospital La Paz	El País: ¿Qué abre La Paz?	Los ocho quirófanos que estaban cerrados	<i>La Paz abre los ocho quirófanos que estaban cerrados</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
21 Mayo	Presuntos abusos sexuales de un sanitario a las pacientes	El País: ¿Qué les pasa a las pacientes?	“Que salen coloradas y buscan un culpable”	<i>“Salen coloradas y buscan un culpable”</i>
		El Mundo: ¿Qué dice el rehabilitador acusado de abusos?	Que eran “terapias”	<i>El rehabilitador acusado de abusos dice que eran “terapias”</i>
		ABC: X	X	X
22 Mayo	Presuntos abusos sexuales de un sanitario a las pacientes	El País: pregunta ¿Qué hace el hospital con el médico juzgado por abusos sexuales?	Apartarle de los pacientes	<i>El hospital aparta de los pacientes al médico juzgado por abusos sexuales.</i>
		El Mundo: ¿Cuándo suspenden al doctor Lobo?	En el último día de su juicio	<i>Suspenden al doctor Lobo en el último día de su juicio</i>
		ABC: ¿Qué es lo que eleva el fiscal?	La petición de pena para el médico acusado de abusos sexuales.	<i>El fiscal eleva la petición de pena para el médico acusado de abusos sexuales</i>
22 Mayo	Nuevos hábitos sanitarios en la sociedad	El País: ¿Qué es ya el hospital privado?	Un producto de masas	<i>El hospital privado ya es un producto de masas</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X

Fuente: Elaboración propia

4.2.6. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2009

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Juan José Güemes. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad era Trinidad Jiménez.

A diferencia del periodo temporal analizado del año anterior, el de 2009 cuenta con pocas noticias de connotación negativa, concretamente seis, que suponen la mitad de las publicadas (un total de 12), relacionadas con hospitales en la Comunidad de Madrid. De ellas, el diario que más contiene en sus páginas es El País con cuatro noticias que se refieren a asuntos relacionados con hospitales.

Cronológicamente comienza con un tema que causó una gran alerta periodística en mayo de 2008, **el caso de la bacteria *Acinetobacter baumannii* en el hospital 12 de Octubre**. En esta ocasión El País emplea una cita indirecta de la fiscalía de Madrid en la que manifiesta que: “El fiscal concluye que hubo infección en el 12 de Octubre pero no delito” (El País, 18 de mayo). La conjunción adversativa “pero” es utilizada para contraponer un concepto positivo, que los gestores y/o trabajadores del hospital no violaron la ley (“cometer un delito”) a uno negativo (al que da relevancia al situarlo en primer lugar), ya que es un hecho que el que haya una bacteria en los quirófanos es algo dañino tanto por sus consecuencias (obviamente, ya que afectó a 252 pacientes, provocando la muerte a 18 de ellos) como para su imagen. Además, el sujeto de la acción (fuente y responsable de la cita), “el fiscal”, transmite autoridad legal e incluso moral y el verbo “concluir”, en presente de indicativo, implica el resultado y finalización de una investigación.

Otro acontecimiento que considera que debe aparecer en sus páginas es que la **gerencia de La Paz proporcionó los datos de sus trabajadores** a una compañía de seguros. Aunque el título es puramente informativo, “La Paz suministró información de sus empleados a una aseguradora” (El País, 21 de mayo), la connotación negativa está en lo que este hecho representa, reflejado en el subtítulo: “La Agencia de Protección de Datos considera la infracción muy grave”. El sujeto es el órgano competente para tratar este tipo de asuntos y el verbo “considerar” implica realizar un juicio, por lo que implícitamente la oración transmite la acusación a la gerencia del hospital de haber quebrantado una norma importante, a través del adverbio “muy” y el adjetivo “grave”.

Ninguna de estas situaciones ha sido considerada en sus contenidos por El Mundo y ABC, dándose el fenómeno de la *Agenda cutting*, que supondría que para los lectores de estos diarios estos hechos no han ocurrido porque no los conocen, al menos mediáticamente.

En cuanto al **proyecto de la Consejería de Sanidad para la unificación de las áreas sanitarias**, la crítica de El País se dirige a la demora que va a tener respecto al calendario inicial: “La libre elección de médico se retrasa hasta el otoño” (El País, 22 de mayo). El verbo “retrasar”, implica diferir la acción en el tiempo, que estaba previsto que sucediese antes. Este titular proyecta una connotación negativa en la imagen de la Consejería de Sanidad que es la encargada de implementar este proyecto que ella misma ha impulsado. El sesgo está en la

razón, que no aparece en el titular y es que se debe a motivos formales en los que no tiene responsabilidad.

Tanto El Mundo, “La cita con el médico se hará *online*” (El Mundo, 19 de mayo), como especialmente ABC que le dedica a este tema cuatro noticias principales con más de 11 páginas: “Este otoño se podrá cambiar de médico en Atención Primaria cuantas veces se quiera” (ABC, 19 de mayo); “El Área única de Salud reducirá de 918 a 90 los liberados sindicales” (ABC, 20 de mayo); “El PSOE critica el Área Única sanitaria en Madrid pero la tiene en Andalucía” (ABC, 21 de mayo); “Sanidad negociará el total de liberados sindicales del Área Única de Salud” (ABC, 22 de mayo) lo enfocan desde la perspectiva de que la gestión de este asunto por parte de la Consejería de Sanidad está siendo positivo para el sistema sanitario madrileño, poniendo en evidencia implícitamente los supuestos “contradicción del PSOE” y “abuso sindical actual”.

En este caso se distingue perfectamente lo que Hallin y Mancini (2008) denominan “paralelismo político”, en el que se dan “dos comunidades, con sus políticos y medios de comunicación alineados, que se disputan el predominio sobre la explicación de una misma realidad” (Gurrionero y Canel, 2009).

La epidemia de gripe A es un tema que afecta directamente a la organización hospitalaria madrileña aunque, seguramente por tener repercusión universal, El País ubica la noticia en una página par completa de la sección de Sociedad con fotografía del Gómez Ulla por ser en este centro en el que han ingresado seis de los militares afectados por la enfermedad. El titular es “Un brote de nueva gripe obliga a aislar a 58 militares españoles” (El País, 22 de mayo). Consideran esta información lo suficientemente relevante para aparecer en la portada del periódico: “La gripe deja aislados a decenas de soldados en un cuartel de Madrid”. Igualmente El Mundo sitúa esta noticia en portada: “58 militares en cuarentena por un posible brote de nueva gripe en Madrid” (El Mundo, 22 de mayo) y en página completa par de la sección Ciencia titula: “En cuarentena 58 militares de un cuartel de Madrid por la nueva gripe”. En esta ocasión la fotografía corresponde a la academia militar donde están aislados. También ABC la emplaza en su portada: “Alarma por un brote de gripe A en la Academia Militar de Ingenieros” (ABC, 22 de mayo) e igual que El País la edita en la sección de Sociedad aunque en esta ocasión junto a una foto de la ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez: “Alarma tras once casos de gripe A en la Academia de Ingenieros del Ejército.”

Es precisamente en el aspecto gráfico donde podemos establecer los diferentes enfoques de los tres soportes, un hospital madrileño (dependiente del gobierno regional, del PP) en el caso de El País, un cuartel (dependiente del gobierno estatal, del PSOE) en el de El Mundo, y la ministra de Sanidad (del gobierno del PSOE) en el de ABC.

Además es importante resaltar los diferentes encuadres que hacen los tres diarios que, a través de tres palabras clave que cada uno de ellos repiten tanto en el titular de portada como en el interior, contextualizan el asunto. En El País se refieren al “Aislamiento” (aislar/aislados) de los militares, en El Mundo a “cuarentena” de los 58 militares y en ABC a la “alarma” por la situación. También es significativo que únicamente ABC se refiere a la enfermedad como gripe A, tanto El País como ABC la denominan “la nueva gripe”.

Estos mecanismos informativos, aunque tan sutiles que no los apreciaríamos sin este detallado análisis se utilizan para enfocar los acontecimientos y “hacer opinión” sin que sea evidente, lo que como defienden Castromil y Chavero (2012), propician la idea de que la prensa en España responde a un “patrón de alineamiento ideológico y tiene cierta proclividad a la tendenciosidad en sacrificio de la neutralidad informativa”.

Tabla 12: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2009.

2009	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
9 Mayo	Cambio de tres gerentes en hospitales de la CAM	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué ha cambiado?	Los gerentes de tres hospitales	<i>Cambio de gerentes de tres hospitales</i>
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Consecuencias de una bacteria en el hospital 12 de Octubre	El País: ¿Qué concluye el fiscal?	Que hubo infección en el 12 de Octubre pero no delito	<i>El fiscal concluye que hubo infección en el 12 de Octubre pero no delito</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
19 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cómo se hará la cita con el médico?	On line	<i>La cita con el médico se hará "online"</i>
		ABC: X	X	X
19 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuándo se podrá cambiar de médico en Atención Primaria tantas veces se quiera?	En Otoño	<i>Este otoño se podrá cambiar de médico en Atención Primaria cuantas veces se quiera</i>
20 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué reducirá el Área Única de Salud?	De 918 a 90 los liberados sindicales	<i>El Área Única de Salud reducirá de 918 a 90 los liberados sindicales</i>
21 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Quién critica el Área Única sanitaria en Madrid pero la tiene en Andalucía?	El PSOE	<i>El PSOE critica el Área Única sanitaria en Madrid pero la tiene en Andalucía</i>
21 Mayo	Cesión de datos de trabajadores de La Paz a una aseguradora	El País: ¿Qué suministró La Paz a una aseguradora?	Información de sus empleados	<i>La Paz suministró información de sus empleados a una aseguradora</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
22 Mayo	Brote de gripe A en la Comunidad de Madrid	El País: ¿A qué obliga un brote de nueva gripe?	A aislar a 58 militares españoles	<i>Un brote de nueva gripe obliga a aislar a 58 militares españoles</i>
		El Mundo: ¿Por qué están en cuarentena 58 militares de un cuartel de Madrid?	Por la nueva gripe	<i>En cuarentena 58 militares de un cuartel de Madrid por la nueva gripe</i>
		ABC: ¿Qué causa la alarma?	Once casos de gripe A en la Academia de Ingenieros del Ejército	<i>Alarma tras once casos de gripe A en la Academia de Ingenieros del Ejército</i>
22 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: ¿Hasta cuándo se retrasa la libre elección de médico?	Hasta el otoño	<i>La libre elección de médico se retrasa hasta el otoño</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué negociará Sanidad?	El total de liberados sindicales del Área Única de Salud	<i>Sanidad negociará el total de liberados sindicales del Área Única de Salud</i>

Fuente: Elaboración propia

4.2.7. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2010

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Javier Fernández-Lasquetty tras la dimisión en marzo de 2010 de Juan José Güemes. Llevó a cabo la instauración del Área Única Sanitaria y la implantación, en diciembre de 2010, de la Ley de Libertad de Elección, por la que los usuarios del Servicio Madrileño de Salud (SERMAS) pueden escoger a su especialista y enfermera de cualquiera de los centros sanitarios de la Comunidad de Madrid. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad era Trinidad Jiménez.

En este periodo se publican dieciséis noticias relacionadas con hospitales de la CAM de las que nueve son positivas (56,25%), seis negativas (37,5%) y una neutra (6,25%). Nuevamente El País es el diario que publica más noticias con enfoque negativo relacionadas con asuntos hospitalarios en la Comunidad de Madrid (5, el 71,43% de las publicadas por este diario) y se corresponden a tres asuntos que no son tratados por El Mundo (*Agenda cutting*) y el único de ellos que está reflejado en las páginas de ABC, el Área Única Sanitaria, lo hace con el enfoque opuesto.

Cronológicamente, el primero de ellos es el número de pacientes que están en **lista de espera para intervención quirúrgica** con un titular que expresa la dimensión del problema: “La lista de espera llega a otro récord histórico” (El País, 7 de mayo). El sustantivo “récord” acompañado del adjetivo “histórico” transmite un resultado o nivel nunca antes superado. El adjetivo “otro” es usado para expresar que es un hecho que se repite, que anteriormente ya había ocurrido.

Respecto al **Área Única Sanitaria**, dedica media página a dar a conocer a sus lectores que una sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, impide que se pueda reubicar profesionales en los nuevos hospitales de la Comunidad sin la negociación con los sindicatos: “La justicia frena los traslados a los nuevos hospitales” (El País, 10 de mayo). Con el sujeto de este título, “La justicia”, al emplear la elipsis persigue el ahorro de espacio y también implica que le da la razón. En cuanto al uso del verbo “frenar” implica que ya se estaba realizando la acción y tienen que parar. No especifica hasta el subtítulo de quien son los traslados, transmitiendo ambigüedad con esa omisión porque también podría ser de pacientes. El sintagma nominal “nuevos hospitales” da por hecho que los lectores conocen a cuáles se refieren, aunque no los especifica.

Más avanzado el mes, informa de que la posibilidad de elegir el médico, y que es uno de los beneficios de esta unificación, se demora nuevamente. En portada de la sección Madrid adelanta: “La libre elección de médico se vuelve a retrasar al menos hasta verano”. Con la expresión “se vuelve a retrasar” expresa que ya ha ocurrido anteriormente y a través de la locución adverbial “al menos hasta” indica la fecha más temprana en la que podría tener lugar pero que existe la posibilidad de que sea posteriormente. En página interior continua: “El CES pide a Sanidad que explique los motivos para denegar la libre elección” (El País, 22 de mayo). Si el sujeto, “CES”, “pide explicación a Sanidad”, está responsabilizando a esta consejería de “denegar”, verbo que implica la oposición a algo que se solicita, en este caso

“la libre elección”, dos conceptos, tanto el adjetivo como el sustantivo, que en una sociedad democrática son derechos básicos. Por elipsis omite “de médico”.

Sin embargo, el enfoque de ABC acerca de este asunto es radicalmente opuesto. En este periodo temporal publica dos noticias de carácter positivo, ambas con la misma fecha. Una de ellas la titula “Sólo uno de cada 20 madrileños quiere cambiar de médico especialista y hospital” (ABC, 7 de mayo) reflejando como interpretación causal, expresada de manera implícita, que están satisfechos con la situación actual lo que refrenda la idea de la eficacia del sistema sanitario madrileño. La otra hace referencia a un recurso que posibilitará la implantación del Área Única Sanitaria: “Más de 400 centros compartirán el historial médico de sus pacientes”. (ABC, 7 de mayo). El Mundo no aborda este asunto.

Además, El País trata un tema polémico como es el quién debe decidir el **tratamiento y cuidados paliativos a los enfermos terminales** y lo relaciona con la necesidad de hacer testamento vital. Lo hace ilustrándolo con el caso de una enferma en coma a la que alimentaron por orden judicial en contra de la opinión de su familia. Le adjudica dos noticias sucesivas. En una de ellas, de carácter humano y a la que dedica dos páginas en la sección de Sociedad, describe la situación desde la perspectiva de la familia, titulándola: “Agonía y muerte de María Antonia Liébana” (El País, 16 de mayo). Cabe resaltar que los sustantivos “agonía y muerte” implican sufrimiento y angustia, lo que acompañado de la personificación a través de nombre y apellido de la protagonista, trata de involucrar al lector apelando a sus emociones. Al día siguiente, en página completa de la misma sección, continúa el mismo asunto pero con la postura del Ministerio de Sanidad (del PSOE) respecto al mismo, que apoya las reivindicaciones de esta familia y los colectivos que les defienden, con una cita indirecta de las declaraciones del Secretario General de Sanidad: “Sanidad avala que la familia decida el tratamiento de enfermos terminales” (El País, 17 de mayo). Con estos dos títulos, de manera muy sutil, este diario se está posicionando a favor del Ministerio de Sanidad por amparar los derechos de los enfermos y sus familias a decidir y en contra de las políticas de la Comunidad de Madrid, que al no permitirlo en este caso, contribuyeron al padecimiento de estas personas.

El Mundo publica tres noticias sobre asuntos relacionados con hospitales en este periodo temporal, una positiva, una negativa y una neutra. Respecto a la negativa, El Mundo dedica una página par de la sección España a una **negligencia médica** que supuso que, como consecuencia de la extracción de una muela, una paciente entrase en coma y estuviese a punto de morir: “Una vida boca abajo”. (El Mundo, 8 de mayo). Es un título apelativo que, empleando la locución adverbial “boca abajo” acompañando al sustantivo “vida”, crea una metáfora con el significado de que la existencia de esta persona se hace muy difícil y ha cambiado radicalmente desde lo sucedido.

Además, también es el único que hace alusión a un tema controvertido. A través de un título expresivo en el que emplea una cita directa sin sujeto que reproduce literalmente las palabras del presidente de la Asociación de Clínicas Acreditadas para la Interrupción Voluntaria del Embarazo critica la falta de un criterio claro de actuación y la ambigüedad de la Ley: “Llamamos a la ministra y le decimos: Oiga, ¿qué hacemos?” (El Mundo, 11 de mayo). La connotación negativa, con el recurso de la ironía, está dirigida al Ministerio de Sanidad del

gobierno del PSOE, por eso la hemos considerado neutra desde la perspectiva de los gestores de los hospitales de la CAM.

ABC publica seis noticias acerca del sistema hospitalario madrileño desde una perspectiva positiva y ninguna negativa en este periodo temporal. En dos de ellas ABC publica avances científicos españoles en cardiología desarrollados en un hospital madrileño. El 7 de mayo en la sección de Sociedad hace referencia a este tema con el título: “Médicos españoles dan el primer paso para crear un corazón humano bioartificial”. El País también da cobertura en la misma sección a este logro: “Primer paso hacia un corazón artificial biológico”. El haber coincidido ambos diarios en el uso de la misma expresión “primer paso” es un indicio de haber recurrido literalmente al texto fuente, probablemente proporcionado por el gabinete de comunicación del Hospital Gregorio Marañón. Al día siguiente (8 de mayo) ABC vuelve a incidir en este asunto con el título “El corazón humano, al desnudo”. El Mundo no lo incluye en sus páginas.

Además, únicamente ABC se refiere en sus páginas a proyectos desarrollados por hospitales para mejorar la Salud Pública. El primero de ellos consiste en un programa formativo desarrollado por el Hospital Clínico de Madrid para que los docentes conozcan técnicas de reanimación y lo titula “Cómo salvar una vida en las aulas” (ABC, 9 de mayo). El siguiente es el uso de internet para socializar a los niños ingresados en los hospitales y lograr que en esta situación excepcional continúen relacionándose con su entorno habitual: “Una red social para niños”. (ABC, 10 de mayo). El País y El Mundo ignoran estos temas en sus páginas.

Sin embargo es precisamente ABC el que excluye de su agenda un nuevo recurso técnico que La Paz implanta en sus quirófanos y al que El País dedica una noticia que titula: “La Paz estrena el primer quirófano para operar en tres dimensiones” (22 de mayo) y El Mundo: “La tecnología en 3D pasa del cine a los quirófanos” (22 de mayo).

Respecto a las noticias de carácter positivo es necesario remitirse nuevamente al fenómeno de la *Agenda cutting*. Recordemos que lo que un diario excluye es porque considera que no tiene suficiente relevancia o porque no responde a sus intereses.

En este periodo temporal observamos nuevamente que el enfoque de las noticias de El País, es crítico a la gestión de los responsables de los hospitales públicos y la consejería de Sanidad. Es importante señalar que sus dos únicas noticias positivas se refieren a avances científicos y tecnológicos. Por el contrario, ABC en toda su cobertura apoya las políticas y decisiones en materia sanitaria del gobierno de la Comunidad de Madrid. Por tanto y referido a estos dos diarios, también en este periodo temporal podemos confirmar la existencia de polarización mediática. Sin embargo, el Mundo mantiene el equilibrio en este periodo temporal, al demostrar el mismo número de apoyos que de críticas a la labor gubernamental de la CAM en materia sanitaria.

Tabla 13: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2010.

2010	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
7 Mayo	Avance científico español en cardiología	El País: ¿Hacia qué se ha dado el primer paso?	Hacia un corazón artificial biológico	<i>Primer paso hacia un corazón artificial biológico</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Para qué dan el primer paso médicos españoles?	Para crear un corazón humano bioartificial	<i>Médicos españoles dan el primer paso para crear un corazón humano bioartificial</i>
7 Mayo	Listas de espera quirúrgicas	El País: ¿A dónde llega la lista de espera?	A otro record histórico	<i>La lista de espera llega a otro record histórico</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
7 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuántos madrileños quieren cambiar de médico especialista y hospital?	Sólo uno de cada 20	<i>Sólo uno de cada 20 madrileños quiere cambiar de médico especialista y hospital</i>
7 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cuántos centros compartirán el historial médico de sus pacientes?	Más de 400	<i>Más de 400 centros compartirán el historial médico de sus pacientes</i>
8 Mayo	Avance científico español en cardiología	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cómo está el corazón humano?	Al desnudo	<i>El corazón humano, al desnudo</i>
9 Mayo	Formación a los docentes acerca de reanimación cardiopulmonar	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Cómo salvar una vida dónde?	En las aulas	<i>Cómo salvar una vida en las aulas</i>
9 Mayo	Negligencia médica	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cómo está una vida?	Boca abajo	<i>Una vida boca abajo</i>
		ABC: X	X	X
10 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: ¿Qué frena la justicia?	Los traslados a los nuevos hospitales	<i>La justicia frena los traslados a los nuevos hospitales</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
10 Mayo	Recursos en la hospitalización infantil	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Una red social para quién?	Para niños	<i>Una red social para niños</i>
11 Mayo	Nueva ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué vamos a hacer ahora?	Llamamos a la ministra y le decimos: Oiga, ¿qué hacemos?	<i>Llamamos a la ministra y le decimos: Oiga, ¿qué hacemos?</i>
		ABC: X	X	X
16 Mayo	Tratamiento de enfermos terminales	El País: ¿De quién es la agonía y muerte?	De María Antonia Liébana	<i>Agonía y muerte de María Antonia Liébana</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
17 Mayo	Tratamiento de enfermos terminales	El País: ¿Qué avala Sanidad?	Que la familia decida el tratamiento de enfermos terminales	<i>Sanidad avala que la familia decida el tratamiento de enfermos terminales</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
22 Mayo	Unificación de las áreas sanitarias en la Comunidad de Madrid	El País: ¿Qué pide el CES a Sanidad?	Que explique los motivos para denegar la libre elección	<i>El CES pide a Sanidad que explique los motivos para denegar la libre elección</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X

2010	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
22 Mayo	Nuevos recursos quirúrgicos en La Paz	El País: ¿Qué estrena La Paz?	El primer quirófano para operar en tres dimensiones	<i>La Paz estrena el primer quirófano para operar en tres dimensiones</i>
		El Mundo: ¿Qué ocurre con la tecnología en 3D?	Que pasa del cine a los quirófanos	<i>La tecnología en 3D pasa del cine a los quirófanos</i>
		ABC: X	X	X

Fuente: Elaboración propia

4.2.8. Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2011

En estas fechas, el ejecutivo de la Comunidad Autónoma de Madrid estaba presidido por Esperanza Aguirre del Partido Popular y el consejero de Sanidad era Javier Fernández-Lasquetty. El presidente del gobierno de España era José Luis Rodríguez Zapatero del Partido Socialista Obrero Español y la ministra de Sanidad Leire Pajín desde el 20 de octubre del año 2010.

En este periodo temporal que coincide con la campaña electoral en la Comunidad Autónoma de Madrid se publicaron 14 noticias. De ellas cinco son negativas (ninguna en ABC), cuatro positivas (dos en ABC) y cinco neutras desde el punto de vista de la gestión de la sanidad pública en Madrid. Hay dos temas respecto a la gestión sanitaria que son los que ocupan la mayor parte de la agenda mediática en los soportes analizados.

Por una parte, el asunto del **copago sanitario**, protagonista de una noticia en cada uno de los diarios aunque en diferentes fechas. El candidato socialista, Tomás Gómez, en su discurso mediático advierte de la intención del Partido Popular de imponer el copago para algunos actos médicos, lo que es desmentido por Esperanza Aguirre. ABC enfoca la ilegalidad de este argumento, desde un punto de vista formal, por no cumplir los plazos establecidos por la Ley Electoral y titula: “El copago se vuelve contra Gómez” (ABC, 8 de mayo). Con esta expresión el redactor da a entender que el recurso electoral del candidato socialista ha tenido el efecto contrario al que pretendía. El País, sin embargo, transmite que esta estrategia del PSOE desestabiliza al PP: “Aguirre se cansa del copago” (El País, 14 de mayo). Utiliza el verbo “cansar” en reflexivo como sinónimo de molestar o enfadarse y con la intención de expresar que es un tema recurrente con el que le atacan sus adversarios. El Mundo critica este debate responsabilizándole de ser la razón por la que no se habla de las propuestas en materia de sanidad: “El copago hace olvidar los programas” (El Mundo, 17 de mayo).

Por otra, la **gestión privada de los hospitales de titularidad pública** es otra de las cuestiones que es tratada por los tres periódicos. En un debate televisado, el líder del PSOE madrileño mostró una carta en la que las empresas constructoras de los siete nuevos hospitales de la CAM reclamaban 80 millones de euros al Consejero de Sanidad para evitar el colapso de los hospitales. Dos días más tarde, El País publica una noticia con el título: “Los nuevos hospitales advierten de un colapso si no reciben más dinero”, indicando en el subtítulo que las constructoras han presentado 20 recursos judiciales contra la Comunidad (El País, 10 de mayo). Este encabezamiento posiciona al diario en defensa de los argumentos de Gómez. El Mundo, emplea un título apelativo para reflejar este asunto: “La “carta bomba” de Gómez a Aguirre”. Recurre a una metáfora entrecomillada, “*carta bomba*” para denotar que su contenido va a perjudicar a la candidata del PP. Sin embargo, produce confusión ya que puede interpretarse que Gómez es el autor de ese escrito y no únicamente su difusor. Mediante el subtítulo ofrece la versión ambas partes: “Las concesionarias de los nuevos hospitales sugieren que el sistema se podría colapsar por falta de rentabilidad y la Comunidad lo niega” (El Mundo, 10 de mayo). Observamos el uso de dos verbos diferentes por parte de cada uno de los diarios y la carga ilocutiva de cada uno de ellos, “advertir” en el caso de El País y “sugerir” en el de El Mundo. ABC ofrece un enfoque crítico con esta estrategia electoral y como noticia complementaria a una titulada: “Las calumnias de Gómez, al juez”, transmite el malestar de

Seopan por la utilización tendenciosa de una correspondencia confidencial y privada y titula: “Empresas contra el líder del PSM” (10 de mayo). Mediante estos títulos, ofrece una imagen negativa del candidato del PSOE, apoyada por el sustantivo “calumnias” y la preposición “contra” posicionándose de esta manera en defensa de la candidata del PP.

Siguiendo con este tema, el día 13 de mayo, El País publica que “Una sentencia da la razón a Sanidad contra la constructora de un hospital” y El Mundo da cobertura a unas declaraciones de la presidenta de la Comunidad con una cita indirecta: “Aguirre llama trolero a Gómez”, por utilizar de manera malintencionada la carta, transcribiendo literalmente el término que ha utilizado Aguirre, adjetivo de uso coloquial que significa mentiroso o embustero.

Asimismo, en este periodo El País publica dos cartas al director con un enfoque completamente opuesto desde el punto de vista de la gestión sanitaria de la Comunidad de Madrid. En una de ellas una madrileña critica que determinadas pruebas diagnósticas se deriven a “centros privados propiedad de los amigos del político de turno”, sin que ello repercuta positivamente en los pacientes. (El País, 17 de mayo). Sin embargo, en la otra se felicita por un sistema sanitario que ante un accidente, “pone en marcha un costoso mecanismo de ambulancias y asistencia médica”. (El País, 19 de mayo). El Mundo se hace eco de la denuncia de una lectora en la que recuerda que “la presidenta se comprometió a dimitir si no reducía las listas de espera pero no lo ha cumplido”. (El Mundo, 12 de mayo). En resumen, en cuanto a las cartas al director, El País noticia una de carácter positivo y otra negativo y El Mundo, únicamente una, crítica con la gestión sanitaria de la presidenta de la Comunidad.

Respecto a las noticias de carácter positivo, El Mundo publica una breve en la que informa que “el Hospital de Móstoles educa a los escolares en salud” (El Mundo, 18 de mayo). ABC incluye en sus contenidos una entrevista con la directora del colegio del hospital del Niño Jesús en la que utiliza como título una cita directa entrecomillada de una de sus respuestas: “El aula del hospital es un apoyo vital para un niño enfermo” (ABC, 6 de mayo) y un reportaje sobre cuidados paliativos titulado “Calidad de vida hasta el final” (ABC, 8 de mayo).

Se confirma la existencia de una cobertura polarizada negativa durante la campaña electoral autonómica de 2011 en Madrid, propia de un sistema de medios de comunicación muy vinculado a los partidos políticos. El País, en el 60% de su cobertura sobre temas de asuntos hospitalarios critica la política del PP. En cuanto a ABC, defiende la gestión sanitaria gubernamental mediante noticias positivas que no hacen referencia a asuntos políticos y el ataque a las estrategias electorales del candidato de la oposición. Esta diferencia de enfoques explica la asignación del carácter positivo en categorías, copago sanitario y colapsos hospitalarios, que, a priori interpretaríamos como negativas en el apartado de tema principal de la noticia de la investigación cuantitativa realizada. En la cobertura de El Mundo, aunque no muestra explícitamente su enfoque sobre este asunto ya que su encuadre trata de parecer neutral ofreciendo ante los temas polémicos las posturas de los dos candidatos de los partidos mayoritarios, se puede observar un sesgo que tiene más que ver con atacar a Gómez que con favorecer a Aguirre, aunque implícitamente lo esté haciendo.

Tabla 14: Resultados investigación cualitativa: periodo temporal 2011.

2011	Asunto	Pregunta a la que responden (hipotética)	Respuesta	Título
6 Mayo	Entrevista a la directora del colegio del Hospital Niño Jesús de Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Qué es el aula del hospital?	Un apoyo vital para un niño enfermo	<i>"El aula del hospital es una apoyo vital para un niño enfermo"</i>
8 Mayo	Posibilidad de colapso de los hospitales de gestión privada y titularidad pública	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Contra quién se vuelve el copago?	Contra Gómez	<i>El copago se vuelve contra Gómez</i>
8 Mayo	Cuidados paliativos	El País: X	X	X
		El Mundo: X	X	X
		ABC: ¿Hasta cuándo calidad de vida?	Hasta el final	<i>Calidad de vida hasta el final</i>
10 Mayo	Posibilidad de colapso de los hospitales de gestión privada y titularidad pública	El País: ¿De qué advierten los nuevos hospitales?	De un "colapso" si no reciben más dinero	<i>Los nuevos hospitales advierten de un "colapso" si no reciben más dinero</i>
		El Mundo: ¿Qué utiliza Gómez contra Aguirre?	"Una carta bomba"	<i>La "carta bomba" de Gómez a Aguirre</i>
		ABC: ¿Dónde van las "calumnias" de Gómez?	Al juez	<i>Las "calumnias" de Gómez, al juez</i>
12 Mayo	Estado de la Sanidad en Madrid	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Cómo está la Sanidad en Madrid?	Cada vez peor	<i>La sanidad, cada vez peor en Madrid</i>
		ABC: X	X	X
13 Mayo	Posibilidad de colapso de los hospitales de gestión privada y titularidad pública	El País: ¿A quién da la razón una sentencia?	A Sanidad contra la constructora de un hospital	<i>Una sentencia da la razón a Sanidad contra la constructora de un hospital.</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
13 Mayo	Acusaciones de querer instaurar el copago en la CAM	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué llama Aguirre a Gómez?	Trolero	<i>Aguirre llama trolero a Gómez</i>
		ABC: X	X	X
14 Mayo	Acusaciones de querer instaurar el copago en la CAM	El País: ¿De qué se cansa Aguirre?	Del copago	<i>Aguirre se cansa del copago</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
17 Mayo	Acusaciones de querer instaurar el copago en la CAM	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Qué hace olvidar los programas?	El copago	<i>El copago hace olvidar los programas</i>
		ABC: X	X	X
17 Mayo	Carta al director sobre el estado de la Sanidad en Madrid	El País: ¿Cuál es el tema?	Sanidad madrileña	<i>Sanidad madrileña</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X
18 Mayo	Educación en Salud en el colegio	El País: X	X	X
		El Mundo: ¿Quién educa a los escolares en Salud?	El Hospital de Móstoles	<i>El Hospital de Móstoles educa a los escolares en salud</i>
		ABC: X	X	X
19 Mayo	Carta al director sobre la solidaridad y el correcto funcionamiento de los servicios asistenciales en la CAM	El País: ¿Qué tenemos?	Solidaridad y ventajas sociales	<i>Solidaridad y ventajas sociales</i>
		El Mundo: X	X	X
		ABC: X	X	X

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES FINALES Y CONFIRMACIÓN DE HIPÓTESIS

El punto de partida y guía de toda la investigación ha sido la imagen mediática de los hospitales madrileños que la prensa contribuye a crear mediante el tratamiento informativo que realiza de aquellos acontecimientos que consideran noticiables.

Hemos contribuido a establecer las razones por las que un acontecimiento negativo que sucede en una institución de gestión pública adquiere notoriedad al convertirse en noticia y sin embargo otros pasan desapercibidos, en qué medida las campañas electorales tienen influencia sobre este fenómeno y qué otros factores inciden en este tipo de coberturas periodísticas.

Para lograrlo, hemos investigado la manera en la que este tipo de noticias es reflejado en el ámbito del contenido de los medios, determinando que, aunque la disciplina del *Framing* como herramienta disponible nos ofrece muchas posibilidades, aún no han sido exploradas. En consecuencia hemos trabajado los encuadres mediáticos desde su dimensión de carácter temático, en la que se sitúan aquellos sobre cuestiones de actualidad concretas en el que se enmarcan las crisis de comunicación en los hospitales públicos de la Comunidad Autónoma de Madrid.

De esta manera, a través de métodos de recogida de datos heterogéneos, aplicando procedimientos cuantitativos y cualitativos, como lógica de triangulación, pretendemos contribuir en el avance de un constructo teórico ajustado al tema de estudio y proponer nuevas líneas de investigación orientadas al progreso de esta disciplina.

Como consecuencia de esta investigación, hemos propuesto un Modelo de Comunicación Mediática Estratégica (ACINE), para que sea el propio centro sanitario el que gestione la información de manera que favorezca su imagen entre sus públicos. Consideramos que con su aplicación podrían realizar una función canalizadora que les permita promover aquellos asuntos que les asocie con avances, adelantos e investigaciones y controlar la difusión de situaciones conflictivas y polémicas, consolidándose como fuente de información para los medios y contribuyendo en la Reputación de la institución sanitaria.

Previamente y en función de objetivos operativos necesarios para la elaboración del modelo ACINE, hemos resuelto las siguientes cuestiones:

- Hemos determinado la proporción entre noticias de carácter positivo, negativo y neutro desde la perspectiva de los gestores de los hospitales en los tres soportes seleccionados y en los ocho periodos establecidos, que nos ha servido para hacer una aproximación a la evaluación moral que los *mass media* realizan del problema.
- Hemos establecido el tipo de hospital al que hacen referencia las noticias, de manera que hemos sido capaces de determinar, tanto por soporte como por periodo temporal, la proporción entre noticias referentes a los hospitales de propiedad y gestión pública y privada.
- Hemos clasificado el tipo de noticia en función de los hechos que la han provocado, permitiéndonos determinar la definición específica del problema y su interpretación causal que, como tal, hacen los distintos soportes.

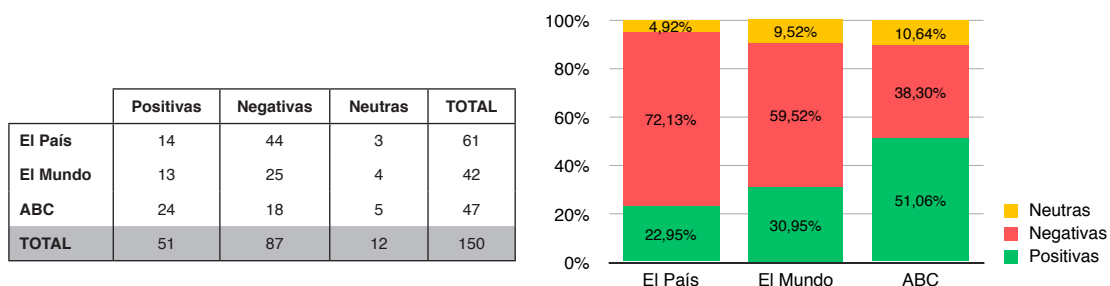
- Hemos definido la sección de publicación de cada una de las noticias con el fin de establecer en qué espacios informativos están ubicadas y su dimensión puramente formal (página en la que aparece, tamaño y elementos infográficos que la acompañan) y así conocer qué importancia de contexto tiene para el diario lo referente a dicha crisis. Se considera que esto es una manera de identificar qué mensajes, hechos y acciones son relevantes.
- Hemos identificado las fuentes que menciona la noticia para conocer cuáles han sido los grupos de presión que han sido capaces de activar su interpretación de los hechos en las crisis hospitalarias y aportar criterios sobre la debatida cuestión acerca de quién establece los *frames*, si los políticos, los medios o bien ambos a la vez.
- Hemos constatado que en el tratamiento informativo que la prensa ofrece del sistema hospitalario de Madrid se confirma el escenario representado por Gurrionero y Canel (2009) en el que se dan dos posturas políticas contrapuestas en pugna y apoyadas por los diarios afines.
- Hemos distinguido mediante el análisis comparativo como repercute en todos los aspectos estudiados la celebración de elecciones autonómicas.

La consecución de estos objetivos, mediante los estudios cuantitativo y cualitativo, nos ha permitido obtener una serie de datos útiles para confirmar o refutar las hipótesis de investigación planteadas y que desarrollaremos a continuación.

Hipótesis Principal: Si como sostienen Hellin y Mancini (2004) los medios españoles no fuesen neutrales sino que estuviesen polarizados, insertos en una lucha partidista en la que se observase una clara continuidad entre estos ellos y los partidos políticos entonces la selección que El País, El Mundo y ABC harían de unos u otros acontecimientos para su publicación y los enfoques que darían cada uno de estos diarios a un mismo hecho noticiable serían diferentes y/o contrapuestos, posicionándose a través del encuadre de las noticias con una valoración positiva, negativa o neutra desde la perspectiva de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid, en tanto en cuanto respalden o critiquen la política sanitaria gubernamental autonómica.

Los resultados de la investigación cuantitativa nos proporcionan los siguientes datos:

Por soportes respecto al total de noticias publicadas por cada uno de los periódicos.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras demuestran que la cobertura informativa que El País realiza respecto de los asuntos hospitalarios tiene una connotación mayoritariamente negativa. Es destacable que es superior al de la suma de las noticias de carácter negativo de los otros dos diarios analizados y triplica las que publica de carácter positivo. De esta manera podemos constatar que la posición de El País es discrepante con la gestión que el gobierno de la Comunidad de Madrid, del Partido Popular, realiza respecto a los centros hospitalarios.

El Mundo también adopta esta línea crítica, aunque de una manera más moderada. Aunque sus noticias negativas superan las positivas, lo hacen en una proporción mucho menor.

Así podríamos considerar que siguen la tendencia de la prensa del sistema mediático mediterráneo, en cuanto a que los diarios prefieren la crítica a las políticas de un partido contrario a sus planteamientos, que resaltar los logros de aquellos que están más cercanos a su posición. (Hellin y Mancini, 2004).

Por el contrario, la valoración en las noticias del temario de ABC es fundamentalmente positiva, hasta el punto que prácticamente duplica la de cada uno de los otros dos periódicos investigados. Por lo tanto estaríamos en condiciones de afirmar que a través de sus páginas respalda las políticas sanitarias del Gobierno de la región, del Partido Popular y critica las del Gobierno Central, del PSOE ya que en ocasiones, las noticias con enfoque negativo se refieren a cuestiones que son de su competencia.

Estos datos parecen indicar que la prensa analizada está polarizada, inserta en el sistema mediterráneo según la clasificación de Hellin y Mancini (2004) en asuntos relativos a la gestión de los centros hospitalarios en la Comunidad de Madrid, respondiendo a un modelo de posicionamiento ideológico, con tendencia a proyectar en sus páginas la imagen de los hospitales públicos en función de la valoración que hacen de las políticas sanitarias.

En ocasiones este fenómeno se manifiesta explícitamente pero en la mayoría de los casos ha sido necesario un detallado análisis para percibir este sesgo que se vale de recursos como la selección de asuntos, en el que también es importante resaltar la importante incidencia del fenómeno de la *Agenda Cutting*, ya que lo excluido del temario implica una postura.

Incluso a través de la relevancia que se le da a las noticias acompañándolas o no de material infográfico posiciona a los soportes. El País publica diez veces más noticias con fotografía de connotación negativa que positiva, El Mundo aproximadamente la mitad de cada una y ABC tres cuartas partes más de noticias positivas con fotografía que negativas.

Es también destacable que ante temas polémicos, como por ejemplo el *Colapso del Servicio de Urgencias de los hospitales*, el tratamiento informativo puede focalizarse hacia el problema o hacia las soluciones según el enfoque que se le quiera dar.

Las sutilezas léxicas y conceptuales que hemos analizado en temas como *Las listas de espera*, los titulares valorativos, como en el asunto de *La bacteria de la UCI del 12 de Octubre* o *Las presuntas sedaciones irregulares de Leganés*, el material gráfico que acompaña la información de *La cuarentena en un cuartel por la nueva gripe*, entre otros, son mecanismos informativos, tan sutiles que no los percibimos conscientemente al leer una noticia pero que la prensa utiliza para enfocar los acontecimientos y evitar la evidencia de que se está haciendo opinión.

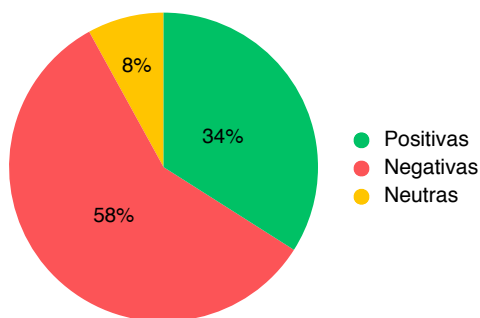
H.1: Si la prensa se interesa por la Sanidad con ánimo de denuncia, entonces el número de noticias publicadas relacionadas con hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid sobre acontecimientos de carácter negativo (crisis), será mayor que el de noticias sobre acontecimientos de carácter positivo (divulgativos).

Se confirma que la tendencia dominante en la cobertura informativa de la prensa seleccionada referida a hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid es la negatividad, ya que en vez de resaltar aquellos aspectos por los que la OMS considera el Sistema Sanitario Español como uno de los mejores del mundo optan por destacar aquellos asuntos que tienen connotación negativa.

Los datos de la investigación cuantitativa revelan que desde la perspectiva de los gestores de los hospitales el 58% de las noticias analizadas tienen un carácter negativo, el 34% tienen un carácter positivo y el 8% neutro.

Carácter valorativo acontecimiento principal de la noticia.

Positivas	51	34 %
Negativas	87	58 %
Neutras	12	8 %
TOTAL	150	100 %



Fuente: Elaboración propia.

Por soportes, este fenómeno se puede observar en los temarios de El País y El Mundo. Del total de noticias publicadas por el primero, el 72,13% responden a críticas al sistema sanitario madrileño, mientras que el porcentaje en el caso del segundo es del 59,52%. El diario ABC invierte esta tendencia, siendo las noticias positivas las mayoritarias (51,06%) y rebajando las negativas al 38,30%, que podríamos atribuir al sesgo que demuestra a favorecer las políticas sanitarias gubernamentales, del Partido Popular, según hemos podido constatar a través de los datos de la investigación.

Los dos únicos periodos temporales estudiados en el que el número de noticias positivas supera al de negativas son 2006, (50% Positivas; 38,89 Negativas y 11,11% Neutras) y 2010 (56,25% Positivas; 37,50% Negativas y 6,25 % Neutras).

Esto se debe a que el periodo temporal de 2006, es el único en el que El País publica más noticias de carácter positivo (50%) que negativo (37,5%) y neutro (12,5%) además de que ABC y El Mundo establecieron un posicionamiento ideológico sutil, favoreciendo el primero con su cobertura la imagen de los hospitales de la Comunidad y por ende, la gestión del gobierno de Aguirre y criticando la del gobierno nacional y el segundo cuestionando las políticas sanitarias de Madrid a través de las noticias relacionadas con hospitales que incluye y, fundamentalmente, excluye de sus páginas.

Además durante el periodo temporal de 2010, ABC publica más noticias de connotación positiva (37,5% del total) que El País negativas (31,25% del total). Se observa que el sesgo de las noticias de El País es crítico a la gestión de los responsables de los hospitales públicos y la consejería de Sanidad, refiriéndose sus dos únicas noticias positivas a avances científicos y tecnológicos. Por el contrario, ABC en toda su cobertura apoya las políticas y decisiones en materia sanitaria del gobierno de la Comunidad de Madrid. El Mundo mantiene el equilibrio en este periodo temporal, al demostrar el mismo número de apoyos que de críticas a la labor gubernamental de la CAM en materia sanitaria.

El periodo analizado de 2007, que se corresponde con la campaña electoral, es en el que la proporción de negativas (76,92%) sobre positivas (23,08%) es mayor. Esto se debe a que el enfoque de la cobertura del País es crítico con la gestión de la consejería de Sanidad, fundamentalmente en el caso de *las inauguraciones de los nuevos hospitales*, publicando únicamente noticias de carácter negativo y a que El Mundo y ABC le dan menos relevancia al área de Sanidad en su temario. A pesar de ello es necesario reseñar que ambos diarios contrarrestan sus críticas con sendas noticias de carácter positivo y además en el caso de ABC cubriendo los beneficios de los nuevos hospitales e ignorando su supuesto carácter electoralista, algo que también hace El Mundo, omitiendo esta polémica a través del fenómeno conocido como *Agenda cutting*.

Sin embargo, en el periodo de 2011, también año electoral, es mayor el número de positivas y neutras (28,57% y 35,71% respectivamente) que el de negativas que suponen el 35,71% del total de ese año. Sólo en el caso de El País se invierte esta tendencia, que en el 60% de su cobertura sobre temas hospitalarios critica la política gubernamental. En cuanto a ABC, que no publica ninguna negativa, defiende la gestión sanitaria gubernamental mediante noticias positivas que no hacen referencia a asuntos políticos y el ataque a las estrategias electorales

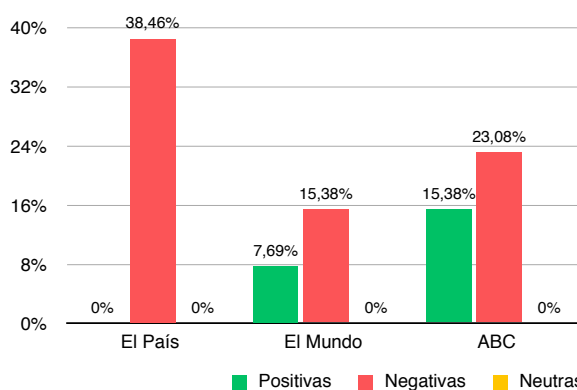
del candidato de la oposición. Esta diferencia de enfoques explica la asignación del carácter positivo en categorías, *copago sanitario* y *colapsos hospitalarios*, que, a priori interpretaríamos como negativas en el apartado de tema principal de la noticia de la investigación cuantitativa realizada. La cobertura de El Mundo no muestra explícitamente su enfoque sobre este asunto ya que su encuadre trata de parecer neutral ofreciendo ante los temas polémicos las posturas de los dos candidatos de los partidos mayoritarios.

H.2: Si se extrapolasen al ámbito de noticias sobre hospitales las conclusiones del estudio de Castromil y Chavero (2012:75) respecto a la cobertura de las elecciones municipales y autonómicas de 2011 en las que sostienen que “El Mundo y ABC apoyan al PP y atacan al PSOE, mientras que El País (...) hace lo propio ensalzando a los socialistas y atacando a los populares”, entonces encontraríamos que en las campañas electorales autonómicas de 2007 y 2011, el número de noticias de carácter negativo desde la perspectiva de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid sería mayor entre las publicadas por El País que en las que aparezcan en El Mundo y ABC. La tendencia inversa se dará respecto a estos dos diarios, que enfocarán las noticias de manera que sean propicias para los intereses del partido en el gobierno en la CAM, del Partido Popular en ambas legislaturas, reflejándose en un mayor número de noticias positivas y/o neutras desde el punto de vista de los gestores de hospitales públicos y de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Autónoma de Madrid que las que aparezcan en El País.

Los datos que arrojan la investigación cuantitativa son que durante la campaña para las elecciones autonómicas en la Comunidad de Madrid de 2007 en el temario informativo de los soportes analizados se incluyeron trece noticias sobre asuntos hospitalarios distribuidas de la siguiente manera:

Por soportes en el periodo temporal de 2007.

2007	Positivas	Negativas	Neutras	TOTAL
El País	0	5	0	5
El Mundo	1	2	0	3
ABC	2	3	0	5
TOTAL	3	10	0	13



Fuente: Elaboración propia.

Estos datos demuestran un sesgo en la campaña respecto al asunto investigado puesto que el enfoque de la cobertura del País es crítico con la gestión de la consejería de Sanidad, corroborando las conclusiones de Castromil y Chavero (2012:75) en las que manifiestan que “la tendenciosidad dominante en la prensa de referencia española es la negatividad, (...) en elecciones de ámbito autonómico y local. Antes que resaltar las bondades de la opción político-ideológica afín se prefiere el ataque al rival”.

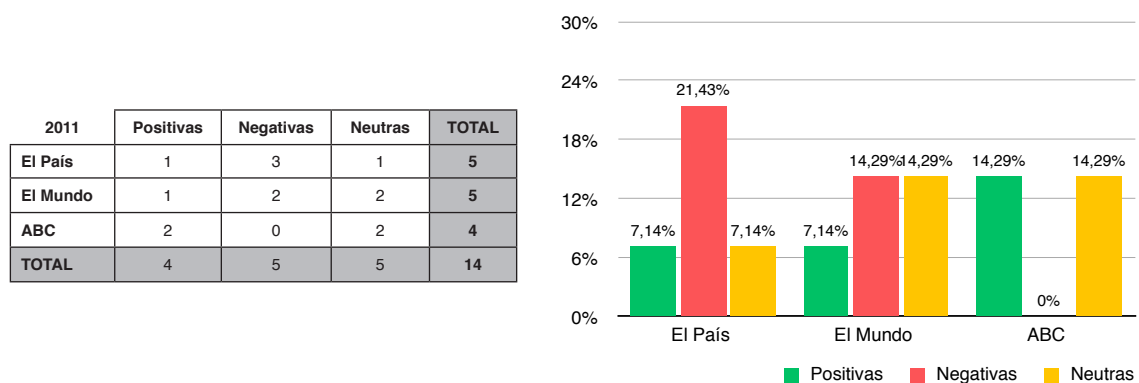
Podemos observar que el número de noticias con connotación negativa es superior en los tres diarios, aunque sumadas las de El Mundo y ABC serían las mismas que las de El País, que además no publica ninguna con enfoque positivo.

El Mundo, le da menos relevancia al área de Sanidad en su temario de esta campaña electoral. Publica dos noticias que afectan negativamente a los intereses del gobierno autonómico, y en ambos figura Izquierda Unida, como opositor al PP, sin hacer referencia al PSOE o sus propuestas. Lo mismo hace ABC en dos de sus noticias de connotación negativa, otorgando el protagonismo a esta formación política, pero además incluye otra con una cita indirecta en la que el líder del PSOE introduce el tema de la “privatización de la sanidad”, que sería tan significativo en las siguientes legislaturas. Contrarrestan ambos diarios estas críticas con sendas noticias de carácter positivo y además en el caso de ABC cubriendo los beneficios de los nuevos hospitales e ignorando su supuesto carácter electoralista, algo que también hace El Mundo, omitiendo esta polémica a través del fenómeno conocido como *Agenda cutting*.

Podemos ilustrar esta diferencia de enfoques entre los tres diarios con el caso de las *Inauguraciones de nuevos hospitales en la Comunidad de Madrid* por parte de la presidenta, Esperanza Aguirre. El País adopta una postura crítica en la que denuncia que éstas son ficticias y están manipuladas para obtener rédito electoral, además de darle gran relevancia por la frecuencia, el número de páginas que le otorga y su ubicación. ABC da cobertura a la noticia desde una perspectiva opuesta, ya que informa de cómo va a beneficiar a la comunidad el nuevo hospital. El Mundo adopta una postura suspicaz aunque con el beneficio de la duda y únicamente en una ocasión.

Durante el periodo correspondiente a la campaña electoral autonómica en Madrid del año 2011 se publicaron 14 noticias sobre asuntos relacionales con centros hospitalarios en los tres periódicos investigados, que se distribuyeron de la siguiente manera:

Por soportes en el periodo temporal de 2011.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras confirman la existencia de una cobertura polarizada negativa durante la campaña electoral autonómica de 2011 en Madrid, propia de un sistema de medios de comunicación muy vinculado a los partidos políticos. El País, en el 60% de su cobertura sobre temas de asuntos hospitalarios critica la política del PP. En cuanto a ABC, defiende la gestión sanitaria gubernamental mediante noticias positivas que no hacen referencia a asuntos políticos y el ataque a las estrategias electorales del candidato de la oposición. Esta diferencia de enfoques explicaría la asignación del carácter positivo en categorías, *copago sanitario* y *colapsos hospitalarios*, que, a priori interpretaríamos como negativas en el apartado de tema principal de la noticia de la investigación cuantitativa realizada. En la cobertura de El Mundo, aunque no muestra explícitamente su enfoque sobre este asunto ya que su encuadre trata de parecer neutral ofreciendo ante los temas polémicos las posturas de los dos candidatos de los partidos mayoritarios, se puede observar un sesgo que tiene más que ver con atacar a Gómez que con favorecer a Aguirre, aunque implícitamente lo esté haciendo.

El asunto del *copago sanitario*, protagonista de una noticia en cada uno de los diarios aunque con diferentes enfoques. El candidato socialista, Tomás Gómez, en su discurso mediático advierte de la intención del Partido Popular de imponer el copago para algunos actos médicos, lo que es desmentido por Esperanza Aguirre. ABC enfoca la ilegalidad de este argumento, desde un punto de vista formal, por no cumplir los plazos establecidos por la Ley Electoral. El País, sin embargo, transmite que este asunto desestabiliza al PP. El Mundo critica este debate responsabilizándole de ser la razón por la que no se habla de las propuestas en materia de sanidad.

La *gestión privada de los hospitales de titularidad pública* es otra de las cuestiones que es tratada por los tres periódicos desde diferentes perspectivas. En un debate televisado, el líder del PSOE madrileño mostró una carta en la que las empresas constructoras de los siete nuevos hospitales de la CAM reclamaban 80 millones de euros al consejero de Sanidad para evitar el colapso de los hospitales. El País se posiciona, a través de su titular, en defensa de los argumentos de Gómez. El Mundo denota que el contenido de esta misiva va a perjudicar a la presidenta y le da cobertura atacando al candidato socialista. ABC ofrece un enfoque

crítico con esta estrategia electoral y ofrece una imagen negativa del candidato del PSOE posicionándose en defensa de la candidata del PP.

En términos generales, el sesgo de ambas campañas respecto a asuntos hospitalarios corrobora la hipótesis planteada: las políticas sanitarias gubernamentales, del Partido Popular, encuentran más apoyos en El Mundo y ABC, reflejándose en un mayor número de noticias positivas y menor de negativas, aunque entre ellos también hay diferencias ya que las páginas del segundo recogen la mayor cantidad de noticias favorables a la gestión del gobierno de toda la cobertura, por encima del primero. El País, que es mucho más crítico traduciéndose en una cobertura con enfoque exclusivamente negativo.

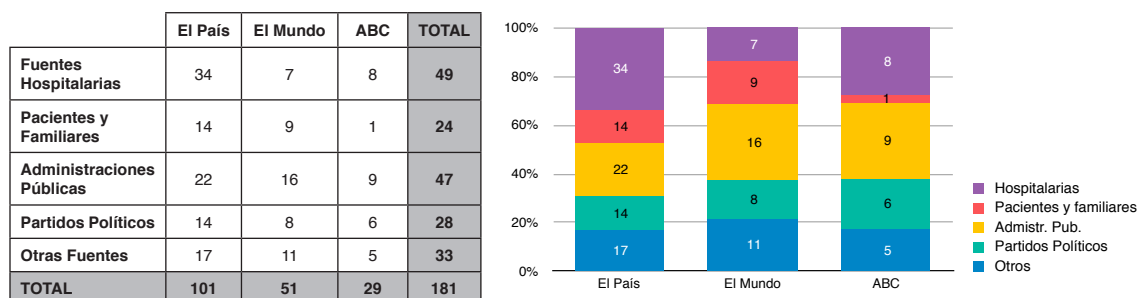
H.3: Si la cobertura mediática crítica en prensa en cuanto a los hospitales de titularidad pública se centra en las decisiones políticas sanitarias de la Comunidad de Madrid y sus consecuencias, ya sea con un contenido genérico, aquel que afecta directamente a los hospitales pero en el que no se menciona explícita y/o concretamente a ninguno de ellos, ya sea aquel en el que se hace referencia a un centro hospitalario determinado, entonces la atribución de las fuentes como aquellas que proporcionarían la mayor parte de información a los medios serían las fuentes gubernamentales (Administraciones Públicas) o políticas (Partidos Políticos).

Según los datos de la investigación cuantitativa, esta hipótesis se cumple solamente parcialmente. Aunque una de las fuentes informativas fundamentales de las noticias aparecidas en la prensa analizada son los comunicados y las declaraciones de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid (Administración Pública), en las 87 noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 181 fuentes:

- Hospitalarias: 49 (27,07%)
- Administraciones Públicas: 47 (25,97%)
- Otras fuentes: 33 (18,23%)
- Partidos Políticos: 28 (15,47%)
- Pacientes y Familiares: 24 (13,26%)

Estos resultados son producto de que El País, que es el diario que más noticias de carácter negativo ha publicado y menciona explícitamente sus fuentes con mayor frecuencia, le da prioridad a las fuentes Hospitalarias (33,66%). Sin embargo, las Administraciones Públicas son las más numerosas para El Mundo, en el 31,37% de los casos y para ABC, en el 31,03% de los casos.

Categorías de fuentes por soporte en noticias negativas I.



Fuente: Elaboración propia.

En las 87 noticias negativas sobre hospitales, se han mencionado explícitamente 47 fuentes de las Administraciones Públicas. En 24 (51,06%) la información es proporcionada por la Administración Autonómica, en 15 (31,81%) por Resoluciones Judiciales, en 7 (14,89%) por la Administración Central y en 1 por otras fuentes de la Administración (alcalde de Parla).

En las 87 noticias de carácter negativo sobre hospitales, se han mencionado explícitamente en 28 ocasiones fuentes de los Partidos Políticos. En 14 (50%) la información es proporcionada por el PSOE, en 10 (35,71%) por IU, en 3 (10,71%) por el PP y en 1 (3,57%) por fuentes de Otros Partidos Políticos. Sin embargo, en la campaña electoral del año 2007 el más mencionado fue IU en los tres soportes.

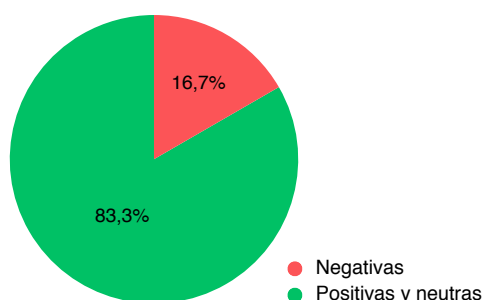
Los años que coinciden con campañas electorales son aquellos en los que la proporción de noticias cuyas fuentes son los Partidos Políticos es mayor, 47,37% en la campaña electoral de 2007 (El País 21,05%; El Mundo 10,53% y ABC 15,79%) y 37,5% en la de 2011 (El País 25%; El Mundo 12,5% y ABC 0%).

Ni en 2006, 2009, 2010 se publican noticias cuya fuente sean los Partidos Políticos. El PP sólo aparece como fuente informativa en el 2007 y 2008 y en ningún caso en el ABC.

H.4: Si las noticias sobre hospitales de propiedad privada de la Comunidad Autónoma de Madrid no están condicionadas por decisiones políticas, se espera encontrar un mayor número de noticias sobre acontecimientos de carácter positivo (divulgativos) en detrimento de las noticias sobre acontecimientos negativos (crisis), que la celebración de elecciones no afecte esta tendencia mediática y que la atribución de las fuentes como aquellas que proporcionarían la mayor parte de información a los medios serían las fuentes no gubernamentales o políticas de la Comunidad de Madrid (hospitalarias, pacientes y familiares u otros).

Se confirma esta hipótesis ya que de las seis noticias sobre hospitales de propiedad privada de la Comunidad Autónoma de Madrid publicadas en la prensa seleccionada durante los periodos temporales estudiados, sólo una tiene carácter negativo (16,7%).

Valoración de las Noticias sobre Hospitales Privados.



Fuente: Elaboración propia.

Concretamente, en el periodo temporal de 2005, que no corresponde con campaña electoral, El País da cobertura a una noticia sobre el Hospital de Madrid aunque para saberlo hay que remitirse al cuerpo de la misma, puesto que en ninguno de los títulos (portada de sección e interior) se menciona el nombre del mismo: “Una mujer muere en una clínica por una reacción alérgica” (Portada sección Madrid, 22 de mayo); “La familia de la fallecida ha denunciado al centro por negligencia” (Página interior sección Madrid, El País, 22 de mayo). Las fuentes referidas en este caso son la familia de la paciente y hospitalarias (directora médica).

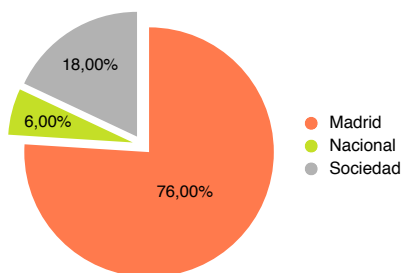
Además, las fuentes de las noticias con connotación positiva publicadas son hospitalarias (Clínica Isadora), familiares de pacientes y otros, como publicaciones científicas (*Journal of Neurology*), asociaciones (Asociación de Clínicas Acreditadas para la Interrupción Voluntaria del Embarazo, Acai), etc.

H.5: Si las noticias tratan sobre hospitales de la Comunidad de Madrid, la expectativa es que la mayor parte se publiquen en la sección de Madrid y que no tengan presencia en las portadas de los diarios.

Se confirma la hipótesis. Del temario total de los tres soportes acerca de asuntos relacionados con hospitales de la Comunidad de Madrid, el 76% corresponden a las que han sido publicadas en la sección Madrid, el 18% a las que aparecieron en la sección de Sociedad, y el 6% en la sección de Nacional y la desviación de esta tendencia no es significativa si clasificamos las noticias atendiendo a su carácter valorativo.

Sección de publicación de las noticias.

Madrid	114	76%
Sociedad	27	18%
Nacional	9	6%
TOTAL	150	100%



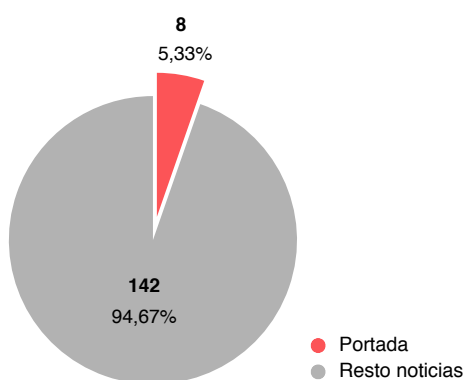
Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que El Mundo no publica ninguna noticia de carácter negativo en la sección Sociedad y ABC ninguna de carácter negativo en la sección de Nacional.

Respecto a los periodos temporales que coinciden con campaña electoral, todas las noticias negativas que se publican en 2007 es en la sección Madrid, mientras que en 2011, el porcentaje baja al 60%, correspondiendo el resto a la sección de Nacional puesto que únicamente en estos dos espacios de tiempo no se publica ninguna noticia negativa en la sección de Sociedad.

De las 150 noticias publicadas sobre asuntos hospitalarios en los periodos estudiados, la prensa investigada únicamente ha estimado que ocho (5,33%) de ellas sean lo suficientemente relevantes para su aparición en portada. Sólo una, que publica El País en 2008 tiene connotación positiva y se refiere a los hospitales privados: “Casa, cochazo...y hospital privado” (El País, 22 de mayo de 2008).

Noticias que aparecen en portada.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las negativas, en el periodo temporal de 2008 la crisis provocada en el hospital 12 de Octubre por el desarrollo de una bacteria en la UCI da como resultado que El País introduzca en su temario tres noticias en fechas sucesivas con aparición en portada como

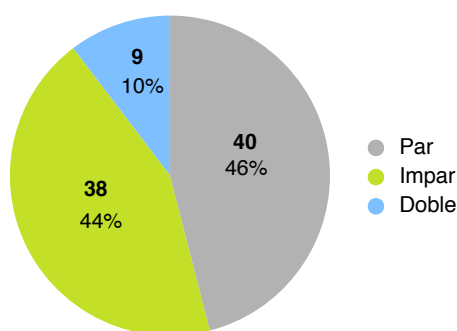
noticia principal, que se exponen en la sección de Sociedad: “Una bacteria causa 18 muertos en un hospital de Madrid” (El País, 11 de mayo); “La fiscalía investiga la muerte de 18 pacientes en el 12 de octubre” (El País, 12 de mayo); “El brote más letal de España” (El País, 13 de mayo). El Mundo también presenta este acontecimiento en portada pero en una sola ocasión y otorgándole menor relevancia con un título de sumario y desarrollo en la sección Madrid: “El hospital Doce de Octubre luchó dos años contra una bacteria que mató a 18 pacientes” (El Mundo, 11 de mayo).

La epidemia de gripe A en el periodo temporal de 2009 genera tres noticias con relevancia para darle un espacio en portada en cada uno de los tres soportes: “La gripe deja aislados a decenas de soldados en un cuartel de Madrid” (El País, 22 de mayo); “58 militares en cuarentena por un posible brote de nueva gripe en Madrid” (El Mundo, 22 de mayo); “Alarma por un brote de gripe A en la Academia Militar de Ingenieros” (ABC, 22 de mayo).

H.6: Si la demanda de la sociedad sobre informaciones relacionadas con el sistema sanitario es significativa, entonces la relevancia de este tipo de noticias debe ser notable reflejándose en su tamaño, ubicación y presencia de material infográfico.

No se confirma esta hipótesis. La relevancia en cuanto a localización implica que lo que se sitúa en página impar y en la parte superior tiene mayor repercusión que lo que se sitúa abajo en una página par. El lugar implica una valoración y una forma de opinar. Los datos de la investigación concluyen que es muy similar el número de negativas que aparecen en página par (45,98%) que aquellas que lo hacen en impar (43,68%). Únicamente el 10,34% tienen aparición en ambas.

Páginas en las que aparecen las noticias negativas .

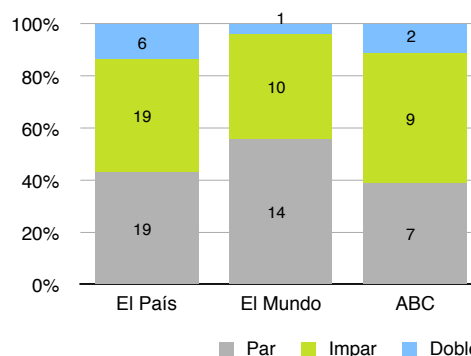


Fuente: Elaboración propia.

El País publica el mismo número de noticias negativas en página par que impar (19 en cada caso). El Mundo publica más noticias negativas en página par (14) que impar (10). Por el contrario ABC publica más noticias negativas en página impar (9) que par (7).

Páginas en las que aparecen las noticias negativas por soporte I.

Página	El País	El Mundo	ABC	TOTAL
PAR	19	14	7	40
IMPAR	19	10	9	38
DOBLE	6	1	2	9
TOTAL	44	25	18	87

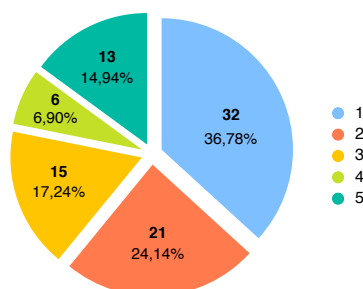


Fuente: Elaboración propia.

En las campañas electorales los datos son contrapuestos. Mientras que en la de 2007 la proporción de ubicación en página impar es mayor (más relevancia), en la de 2011 no se publica ninguna noticia de carácter negativo en página impar (menos relevancia).

Tampoco se puede confirmar la hipótesis en cuanto al tamaño de las noticias ya que el 60,92% de las noticias negativas ocupan menos de media página y en torno al 15% una página completa o más. Esta tendencia se mantiene en cuanto a soportes y periodos temporales.

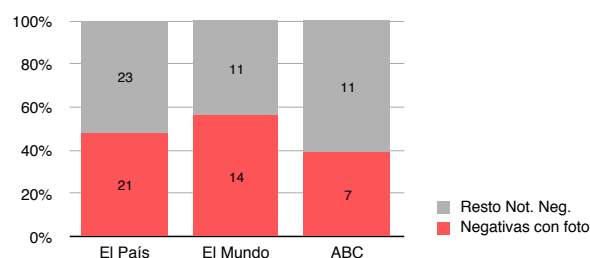
Tamaño de la noticia negativa.



Fuente: Elaboración propia.

Aproximadamente la mitad de las noticias de carácter negativas se ilustran con fotografía (48,28%) lo que le confiere una mayor relevancia. Este porcentaje se mantiene aproximadamente en todos los soportes pero hay que destacar que El Mundo es el único en que las que llevan fotografía superan a las que no lo hacen.

Noticias negativas ilustradas con foto por soporte.

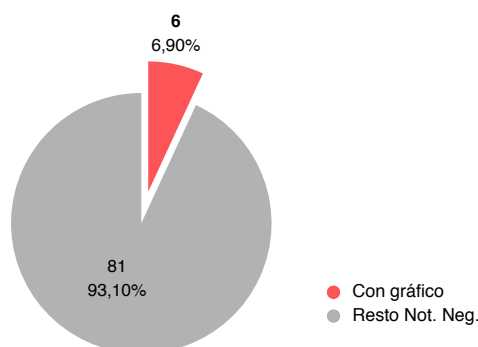


Fuente: Elaboración propia.

Los tres periodos temporales en los que el número de noticias negativas publicadas sin foto es mayor que las que son publicadas con ellas son 2005, 2006 y 2011. En 2008 el número de las negativas publicadas con foto y sin ella es el mismo.

El número total de noticias negativas que son publicadas con gráfico son 6 que sobre un total de 87 noticias negativas publicadas sobre temas hospitalarios, se corresponden con un 6,9%.

Noticias negativas ilustradas con gráfico



Fuente: Elaboración propia.

Aunque en todos los periodos temporales es un dato marginal, en los de 2004, 2009, 2010 y 2011 no se publica ninguna noticia negativa ilustrada con gráfico.

Por tanto, podemos concluir que a pesar de que la relevancia que la prensa le da a las noticias sobre hospitales en la Comunidad de Madrid, no es despreciable, tampoco se corresponde con la importancia en la demanda de información que sobre este asunto hace la sociedad.

CRÍTICA Y DELIMITACIONES DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Los planteamientos y conclusiones de esta investigación pueden ser enriquecidos con aportaciones que ayuden a mejorarla y resolver sus limitaciones. Somos conscientes de que el análisis de textos informativos identifica los enfoques que se presentan en los componentes

visuales y verbales de la información y que este modo de entender el *Framing* responde a una visión basada exclusivamente en el contenido manifiesto o latente del mensaje pero que no tiene en cuenta muchas cuestiones que no se reflejan directamente en el producto noticioso aunque resultan determinantes para comprender cómo y por qué se redactan de una determinada forma las informaciones, por ejemplo la relación del periodista con sus fuentes y con sus superiores, la influencia de los textos-fuente o el tiempo, la retroalimentación entre distintos medios o el presupuesto que tiene un redactor para elaborar su información, además de otras rutinas periodísticas.

Así, la investigación se pudo haber enriquecido, por ejemplo, mediante la profundización en el estudio de la producción de las noticias. Sería necesario establecer qué percepción tienen los emisores de su misión y cómo esta y la presión de los diferentes niveles de influencia social, organizativa e individual participan en la definición de los *frames*. López Rabadán (2010) sostiene que, hasta el momento, los estudios de *Framing* desde la perspectiva del emisor no han tenido apenas desarrollo teórico debido a la opacidad de los medios respecto a su organización profesional, muy reacios a informar sobre un aspecto clave como es el planteamiento y desarrollo de encuadres informativos.

Además, el estudio de los efectos que los enfoques de estas noticias producen en los públicos es, asimismo, fundamental para conocer las consecuencias y el impacto que los diferentes tratamientos informativos que los medios dan a los hechos tienen sobre la imagen que la opinión pública construye de los hospitales y las conductas que producen en sus audiencias.

Por esta razón se considera que esto no ha sido más que un primer acercamiento al fenómeno de la Imagen mediática de los hospitales en prensa. Se concluye con el firme compromiso de seguir avanzando en esta línea de investigación pero con la satisfacción de que los objetivos y las hipótesis se han cumplido en una primera instancia.

REPUTACIÓN E IMAGEN DE LOS HOSPITALES

En diciembre de 2014, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR) presentó la primera edición del Monitor de Reputación Sanitaria (MRS), un estudio científico en el que 2.399 Médicos, enfermeros, pacientes y periodistas sanitarios han elegido los servicios hospitalarios con mejor reputación, los médicos con mejor reputación y los mejores hospitales de España.

Los principales resultados del MRS en 2014 fueron que La Paz, el Clinic, Gregorio Marañón, Vall D'Hebron y 12 de Octubre encabezan la lista de hospitales públicos con mejor reputación de España. Es importante resaltar que entre los cinco hay tres que están en la Comunidad Autónoma de Madrid.

En cuanto al ranking de hospitales privados está encabezado por la Clínica Universidad de Navarra, HM Montepíncipe, HM Sanchinarro - C.I.O. Clara Campal, Quirón De Madrid y Rúber Internacional, cuatro de ellos en Madrid.

Aunque compartimos las consideraciones del catedrático de la UCM y director de MRS, Justo Villafañe que expondremos a continuación, en cuanto a las diferencias entre Reputación institucional e Imagen corporativa creemos necesario hacer mención a los resultados obtenidos porque ambas pueden ser definidas como constructos de recepción, integrándose en el ámbito de la estructura o esquema mental que una persona o grupo de personas tienen sobre un objeto, en este caso centros hospitalarios, compuesto por un conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificarlo y diferenciarlo de otros.

Esta es la razón algunos autores identifican ambos conceptos, produciéndose una confusión terminológica. Villafañe (2004: 24-26; 2000: 166-167; 2004: 27-33) defiende que la Imagen es el resultado de la comunicación de la organización y la Reputación, consecuencia de la conducta corporativa. Producto de esta reflexión, establece una serie de características diferenciales. La Reputación sería la realidad institucional con origen en su historia consolidada y demostrada, por tanto estructural, permanente, duradera, objetivable y añadiría valor, mientras que la Imagen se fundamenta en un proyecto presente de comunicación globalmente entendida y consecuentemente coyuntural, efímera, no objetivable y generaría expectativas.

Otra diferencia es la consolidación a través del tiempo. Así, junto a otros autores Villafañe, (2004:31) considera que la reputación sería el resultado del mantenimiento de una imagen positiva en los públicos durante un período de tiempo prolongado.

Sin embargo, la distinción que más afecta al objeto de esta tesis doctoral es que la Reputación se genera a partir del comportamiento corporativo, desde el interior de la empresa, mientras que la Imagen corporativa se construye a partir de percepciones fuera de la organización, es decir la elaboran, entre otros, los medios de comunicación en función de los diferentes enfoques que cada uno soportes dan a la cobertura de las noticias en su temario. Sin embargo, la existencia de interrelación entre ambos conceptos es una evidencia que implica que los gestores de los hospitales pueden influir en esta imagen proyectada a través del tratamiento mediático que la prensa, en este caso, realiza de estas instituciones, mediante la gestión estratégica de la comunicación mediática. Por este motivo y conscientes de la importancia que en la Reputación de estas instituciones tiene este aspecto, a continuación, proponemos el modelo ACINE.

6. MODELO ACINE

6.1. MODELO ACINE

6.2. PERSPECTIVAS DE ESTUDIO DEL MODELO ACINE: SUGERENCIAS DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL FUTURO

6.1. Modelo ACINE

Los medios son una plataforma de consolidación de las identidades de las organizaciones, en este caso sanitarias, de cara al conjunto de los públicos que se nutren de su servicio y que se ven afectados por sus representaciones en el universo mediático y en su repercusión colectiva.

Sin embargo, como defienden Pablos Coello y Mateos Martín (2004), el periodismo se encuentra en pleno proceso de transformación, debido, sobre todo, a los cambios que se están dando en el proceso de producción, en la forma de fabricar el periodismo y hacérselo llegar a la audiencia. La tecnología web está siendo determinante en ese cambio en la forma de acceder a las noticias.

Por ello los profesionales que gestionan la comunicación de las instituciones hospitalarias deben adaptarse, e incluso adelantarse, a este cambio de manera que sean partícipes en un proceso de negociación con los medios, para propiciar que estos colaboren, a través de las noticias que publican, en la consecución de los objetivos de imagen que quieren transmitir a la opinión pública.

Partiendo del paradójico juego de palabras con el que el diplomático italiano Daniele Vare (en Ury, 2002) define la negociación, como el arte de conseguir que el otro se salga con la nuestra, defendemos que para favorecer los intereses de sus instituciones es necesario que los gestores trabajen aquellos contenidos que les interesan a los medios y a sus audiencias.

Si el periodismo soporta presiones para que el lector pueda comprar lo que quiere y eludir lo que no quiere, es preferible que el material informativo sea proporcionado y desarrollado por fuentes del propio hospital. De esta manera aunque, esos públicos no reciben la información de forma directa, sino mediatizada por el medio de comunicación, la organización mantiene un determinado control sobre la misma.

Por tanto, fruto de las conclusiones de la investigación realizada y de la experiencia de más de veinte años que, como consultora especialista en procesos de influencia he venido desarrollando, a continuación se presenta el modelo ACINE para la gestión estratégica de comunicación mediática de las instituciones hospitalarias.

AUTONOMÍA

En un estado democrático una de las funciones de los medios de comunicación es el control de la actividad de aquellos que han sido elegidos por los ciudadanos para la acción de gobierno, la cual a menudo es objeto de polémica y discrepancia.

Una de las conclusiones que se obtienen de esta investigación es que la mayoría de las noticias de carácter negativo o que generan situaciones de crisis de comunicación en relación al sistema sanitario madrileño tienen su origen en el aspecto de gestión gubernamental del

mismo, centrándose en aquellas medidas adoptadas por la Consejería de Sanidad que afectan a las instituciones clínicas.

Asimismo, salvo excepciones, los hechos noticiables generados y divulgados por un hospital concreto, son objeto de textos informativos más favorables, en los tres diarios analizados.

Sin embargo, se advierte una presencia considerable menor de los gabinetes de prensa de estas instituciones como fuente de información para los medios que del de la Consejería de Sanidad incluso en aquellos casos en los que la situación planteada afecta a un solo hospital. De ello se deduce que existe una centralización de la comunicación sanitaria por parte de este departamento de la consejería, que se establece como portavoz de los diferentes establecimientos, afectando a su independencia y a la eficacia que podría tener la información atomizada al desvincularse de su carácter político.

Por ello, este modelo parte de la recomendación de darle mayor AUTONOMÍA y protagonismo a la labor de los departamentos de comunicación de todos y cada uno de los hospitales de la Comunidad Autónoma de Madrid y limitar la gestión del de la Consejería al apoyo de los mismos y a aquellos asuntos en los que la referencia política sea estrictamente necesaria. Ello exige la profesionalización de los mismos y la dotación de medios y recursos por parte de la dirección.

El caso de Teresa Romero, la primera infectada con el virus del Ébola fuera de África después de atender a dos misioneros repatriados para su tratamiento en el Hospital Carlos III de Madrid, ilustra esta teoría.

El 8 de octubre de 2014, en plena crisis y mientras que esta auxiliar de enfermería se debatía entre la vida y la muerte, el consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Francisco Javier Rodríguez, le responsabilizaba en distintos medios y ante la Asamblea de la CAM de ocultar a su médico de atención primaria de un centro de Salud de Alcorcón y al resto de personas que la atendieron hasta su ingreso en el hospital de Alcorcón que había estado en contacto con afectados por esta enfermedad y le acusa de que “pudo haber estado mintiendo” sobre su fiebre.

Estas declaraciones son respondidas por el marido de Teresa Romero el día 13 de octubre a través de una emotiva carta de la que se hacen eco todos los medios y en la que solicita la dimisión del consejero contribuyendo a que la imagen del gestor, y por extensión la del sistema sanitario madrileño, ante la opinión pública quede ampliamente dañada.

Una vez superada la enfermedad, Teresa Romero, y su marido, Javier Limón, presentaron el 10 de noviembre en un Juzgado de Alcorcón (Madrid) una demanda civil en la que reclaman 150.000 euros al consejero madrileño de Sanidad, Javier Rodríguez, por atentar contra los derechos constitucionales al honor y la intimidad de la auxiliar de enfermería al acusarla “con la máxima publicidad” de mentir y ocultar información.

Por su parte, la doctora que atendió a Teresa Romero en el centro de salud de Alcorcón anuncia el 27 de noviembre que presentará una querrela contra la auxiliar de enfermería por

un delito de injurias y calumnia. Desmiente que acudiera a consulta seis días antes de ser ingresada, ya que lo hizo cuatro días antes de entrar en el Hospital Carlos III. También niega la doctora que la paciente le comunicara haber tenido un pico de fiebre de hasta 38,7 °C, lo que queda reflejado en el historial clínico registrado con esa fecha. Además, desmiente que Teresa Romero le informara del antecedente de exposición al virus del Ébola, tal y como ella siempre había mantenido, por lo que realizó una exploración física sin ninguna medida de protección y sin utilizar guantes ni mascarilla.

El presidente de la Comunidad de Madrid cesa al consejero de Sanidad el 4 de diciembre por unas declaraciones del día anterior en las que afirmaba que si él lo “hubiera hecho mal”, Teresa Romero “no estaría hablando”.

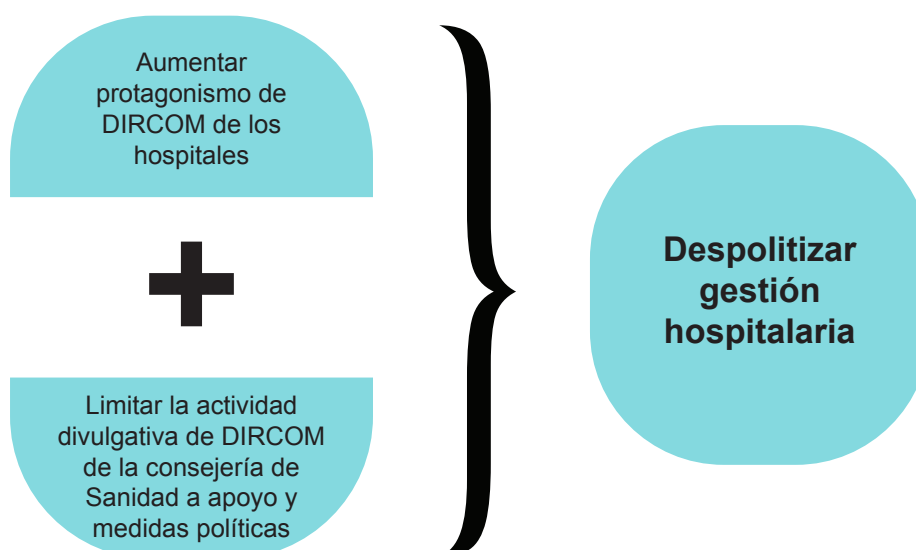
El 14 de enero a la salida de un acto de conciliación, Teresa Romero lee un escrito en el que admite que no superó el umbral de fiebre que obligaba a activar el protocolo contra el Ébola y que no había informado a su médico de cabecera de que había tenido contacto con los pacientes afectados por esta enfermedad.

Es obvio que la gestión comunicacional de esta crisis por parte del, en ese momento, consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, fue un fracaso. Primero en la elección de los tiempos por la falta de oportunidad de sus declaraciones ya que las efectuó en un momento en que la paciente era considerada por la opinión pública como la víctima de una enfermedad que se esperaba mortal. Además, demuestra una falta total de empatía hacia su situación ya que, en vez de su apoyo, transmite reproches a su forma de actuar e incluso expresiones vejatorias. No se correlaciona en absoluto las expectativas e impresiones de los públicos con la línea de comunicación del consejero, lo que se vuelve claramente en su contra tanto en términos de imagen como de confianza, puesto que de un cargo público se espera ejemplaridad por el poder que ostenta. Por todo ello fue objeto de las críticas de los líderes de opinión hasta el punto de costarle su destitución.

Sin embargo, la doctora de atención primaria, de la que no trascendió siquiera su nombre ya que siempre fue representada por su abogada, esperó a que Teresa Romero estuviera repuesta de su enfermedad para defenderse y transmitir que su proceder fue el correcto de acuerdo a la información que la afectada le proporcionó. Además, en ningún momento hizo declaraciones sino que trató de defender su profesionalidad a través de su portavoz. Por ello, este conflicto fue percibido por la opinión pública como una desavenencia “de igual a igual” en la que la facultativa consiguió su objetivo cuando Teresa Romero reconoció públicamente, ante los medios de comunicación, que la versión que había dado previamente era errónea y que la correcta era la de esta médico. Una manera de gestionar correctamente la crisis de la que se pueden extraer conclusiones operativas.

Como demuestra este ejemplo, no se trata únicamente de “defender una verdad”, ni siquiera de qué sucede, sino de quien, como, cuando, donde y porqué se cuenta lo ocurrido.

Gráfico 158: Modelo ACINE: Autonomía.



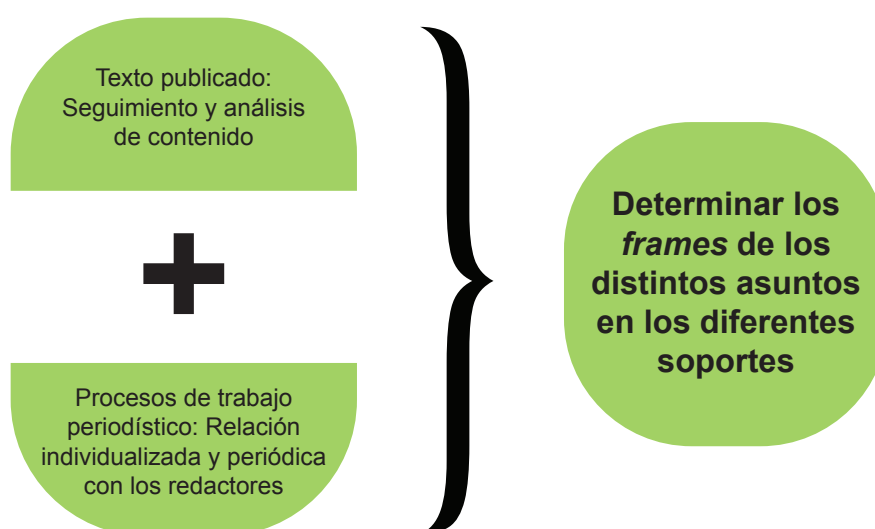
Fuente: Elaboración propia.

CONOCIMIENTO

Los especialistas deben CONOCER los diferentes soportes que en su estrategia de comunicación son seleccionados como idóneos para llegar a sus públicos. Y esto se consigue desarrollando la competencia de escucha en su más amplia acepción, que implica un esfuerzo de atención y desinhibición de prejuicios e imágenes preconcebidas. Para ello cuentan con dos procedimientos:

- El seguimiento riguroso de los contenidos que cada uno de ellos publican respecto al tema sanitario, en todas sus vertientes. Este análisis determinará las interpretaciones que hacen sobre los diferentes asuntos que tratan, la intención de las mismas y los recursos que utilizan para ello. En definitiva, el *frame* en el que se enmarca un determinado asunto.
- La relación individualizada y periódica con los responsables de la publicación de dichas informaciones en los distintos soportes. Esto permitirá distinguir datos que no se reflejan explícitamente en el material publicado pero que si interfieren en él, como las actitudes periodísticas y procedimientos de elaboración.

Por tanto, para poder trabajar con los medios, es preciso distinguir entre los conceptos de apariencia, texto publicado, y proceso de trabajo periodístico, cómo y porqué se hace.

Gráfico 159: Modelo ACINE: Conocimiento.

Fuente: Elaboración propia.

INDIVIDUALIZACIÓN

Esta práctica será la que permitirá a los gabinetes de prensa de los hospitales emitir notas de prensa y documentación relativa al mismo PERSONALIZADOS, es decir, ADAPTADOS a la idiosincrasia de cada uno de los soportes, lo que facilitará el trabajo de los redactores e incrementará la posibilidad de que sea publicado con un frame acorde a los intereses de la institución.

Los gabinetes de prensa deben dejar de ser “fábricas” en las que se redacta una nota de prensa o artículo y se envía de manera masiva a todas las redacciones de todos los medios tratando de traspasar burdamente la barrera de los *gatekeepers* y tratando de sustituir a los periodistas aprovechándose de la disminución de recursos, humanos, técnicos y económicos que imponen los grupos de comunicación en la actualidad para colocar la información que interesa a la institución.

Esta situación que preocupa a académicos por la pérdida del sentido crítico de la profesión periodística, es solventada por el modelo propuesto que lejos de explotar la vertiente mercantil (en forma de publicidad o mecenazgo ideológico) defiende la profesionalización de los gabinetes de prensa como fuentes de información que elaboran y seleccionan noticias DIFERENTES para cada soporte, e incluso para cada sección de un mismo soporte, de acuerdo a las necesidades que estos tengan motivadas por su línea editorial, rutinas de redacción, actitudes y valores.

Esta es una manera de defender la credibilidad como fundamento de los medios de comunicación y que, contribuye al fortalecimiento de la imagen de las organizaciones en el imaginario colectivo a través de aquellas referencias que se plasman en la prensa, según sostiene Coslada Díaz (2002).

Esta contextualización de los hechos susceptibles de ser noticia ADAPTADOS a cada una de las cabeceras propiciará no sólo que se multiplique la posibilidad de que pase el filtro de selección para que se publique sino que sea de acuerdo a los criterios con los que fue redactada por la organización hospitalaria.

Esta propuesta aboga por tejer relaciones profesionales INDIVIDUALIZADAS con las diferentes redacciones, dosificando las noticias con el fin de evitar la sobrecarga de información, apoyando a la exclusividad de las informaciones que ofrece cada uno de los soportes y contribuyendo a la credibilidad de los medios y las instituciones lo que garantizará mejores resultados en cuanto a la relevancia e imagen publicada del hospital.

Gráfico 160: Modelo ACINE: Individualización.



Fuente: Elaboración propia.

NARRACIÓN

En las redacciones se procesan, analizan e interpretan las informaciones, dando como resultado final un relato. Ya nos hemos referido previamente a la evolución en la concepción del periodista desde aquella que defiende que este debe mantener una actitud objetiva, distante y aséptica respecto a la información y la que sostiene que este es un agente de cambio social y que al redactar la noticia inevitablemente hace una interpretación de los hechos.

Desde sus orígenes los humanos siempre hemos contando historias, relatos destinados a entretener, educar, mantener la cultura o inculcar un sistema de valores morales. De las formas tradicionales (parábolas, cuentos de hadas, cuentos populares, mitología, leyendas, fábulas, etc.) a las más actuales (spots publicitarios, videojuegos o twitter) es una manera de compartir e interpretar experiencias a través de esta herramienta de transmisión del conocimiento en un contexto social.

Como señala Robert Fulford (1999), de todas las maneras en que nos comunicamos unos con otros, la historia se ha consolidado como el más cómodo y versátil. La transformación de los hechos en narraciones es la única forma de expresión y de entretenimiento que a la mayoría de nosotros nos gusta por igual durante toda nuestra vida.

Esta eficacia se debe a que las personas procesamos la información a través de imágenes, no es posible la no-imaginación. La negación es un recurso del lenguaje pero no de nuestra mente. Así cuando decimos “no pienses en un elefante”, es difícil pensar en otra cosa. El conocimiento humano se basa en historias puesto que las personas pensamos en estructuras narrativas y el cerebro está compuesto por la maquinaria cognitiva necesaria para reconocer, recordar y contar dichas historias. Según sostiene George Lakoff (2004), estas crean un marco que estimulan los filtros de atención pudiendo llegar a tener una poderosa influencia en la percepción de las personas. Así, “contar historias lleva a las personas a otros puntos de vista en el que pueden reinterpretar lo que los hechos significan para ellos. Y cuando se controla la atención, se controlan las conclusiones”.

Cuando el cerebro humano tiene acceso a una narración se activan aquellas zonas del mismo que usaríamos si estuviéramos directamente experimentando la situación que estamos leyendo o escuchando, a diferencia de lo que sucede cuando es estimulado únicamente con datos en que sólo se movilizan las partes dedicadas al lenguaje.

Annette Simmons (2007) defiende que “los hechos no son tan poderosos como las emociones humanas (...). El pensamiento racional es una herramienta de análisis que se detiene en los lóbulos frontales. Las historias comunican directamente con el viejo cerebro, el sistema límbico, la amígdala, y el resto de las piezas de la base del cerebro (...). Las piezas de “sentimiento” del cerebro están diseñadas para generar respuestas por la vía rápida. Las historias que transmiten experiencias sensoriales representan la realidad mucho mejor que los números trazados a lo largo de un gráfico”.

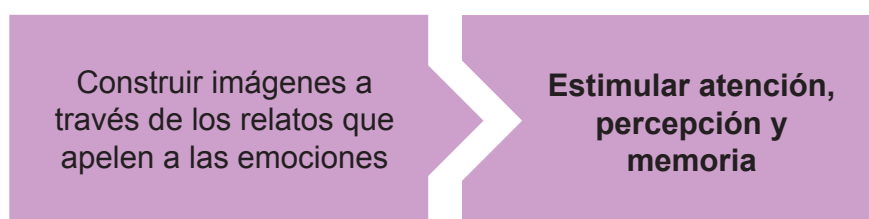
La narración de historias es una tendencia basada en la profunda necesidad del ser humano de encontrar entretenimiento. Las historias son ilustrativas, se recuerdan con facilidad y permiten crear profundos lazos emocionales. Los relatos son un recurso eficaz para persuadir porque los receptores al sentirse implicados son capaces de imaginar nuevas perspectivas, basadas en la empatía, que tendrán más éxito para ser recordadas. Sin embargo, en la actualidad la habilidad para contar buenas historias requiere de un gran esfuerzo porque hemos sido entrenados para valorar la racionalidad y la objetividad sobre la subjetividad, la sensualidad y la emoción.

Para lograrlo, es necesario incidir tanto en las “aportaciones vinculadas a las unidades informativas como son la textual, limitada a la unidad de actuación lingüística, como en el contexto, unidad extratextual de interpretación sociocultural que forma parte de los niveles cognitivos de quien recibe la información, siendo esta última dimensión la que afecta y confiere a los textos una incidencia diferente en cada receptor y de forma extensiva se prolonga al grupo de individuos que configuran un mismo público atendido por la organización”, Coslada Díaz (2002), y que contribuirá a construir la imagen corporativa.

El periodista es un narrador de historias que al contar la noticia transmite su punto de vista. Desde que selecciona una información o una fotografía «encuadra» la realidad que narra, y en ese “encuadre” se proyectan los elementos personales del redactor y la organización en la que trabaja. El creciente mercado de información, con las nuevas tecnologías, han provocado que los redactores tengan que competir con otro tipo de ofertas, obligándoles a ofrecer un valor añadido que se fundamenta en una serie de elementos que permiten contextualizar los datos y formar una historia coherente, comprensible y original, diferente a los de la competencia y a los datos que se encuentran en las webs institucionales.

Por tanto para poder acceder de manera eficaz a este entramado mediático, los gabinetes de comunicación deben emplear técnicas de narración de historias, considerablemente más atractivo y persuasivo que centrarse solamente en argumentos abstractos, datos y estadísticas. El éxito en la comunicación corporativa se basa en las historias que se difunden para poder influir sobre los públicos ante los retos comunicativos, ya sean de carácter divulgativo o como hacer frente a una crisis provocada por un conflicto.

Gráfico 161: Modelo ACINE: Narración.



Fuente: Elaboración propia.

EXPLICACIÓN

Sin embargo, en numerosas ocasiones las personas buscamos una comprensión racional a los sucesos de nuestro entorno, especialmente si provienen de lo que consideramos un contexto científico, como es el caso de los hospitales. De manera inconsciente es una forma de protegerse de las emociones y sentimientos para tratar de ser objetivo y analítico, aspectos, como ya hemos mencionado anteriormente, inculcados en la educación de las generaciones actuales.

Sin embargo, el tradicional escepticismo de los científicos por difundir su conocimiento fuera del terreno especializado se debe, entre otras razones, al sensacionalismo mediático con el que en los últimos años se han divulgado algunos contenidos científicos, junto con la escasa formación específica del periodismo para una adecuada gestión de la información especializada, acentuada por la crisis de los medios de comunicación en este campo debido a los recortes presupuestarios sufridos durante la última década.

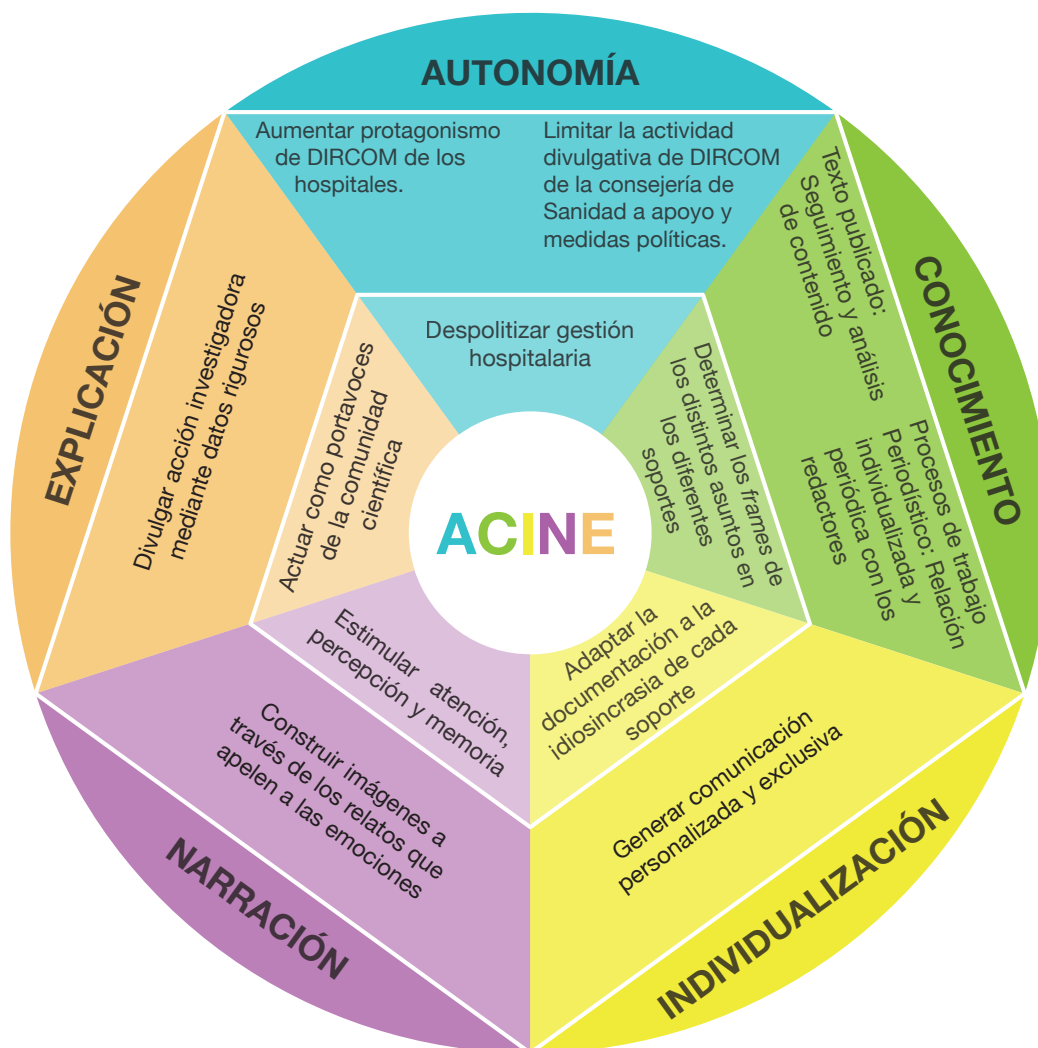
Y en esta situación, la solución está en que los departamentos de comunicación de los hospitales, como centros en los que se desarrolla una intensa actividad de investigación sanitaria adopten el papel de divulgadores de la misma, transmitiendo información a sus públicos a través de la prensa en la que incluyan datos que cumplan las expectativas de los lectores de ser informados sobre los descubrimientos en materia médica a través de un lenguaje sencillo y comprensible, los requerimientos de la comunidad científica respecto al rigor y precisión y apoyen y colaboren con los periodistas en su labor mediadora entre las instituciones y la opinión pública.

Gráfico 162: Modelo ACINE: Narración.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 163: Modelo ACINE.



Fuente: Elaboración propia.

6.2. Perspectivas de estudio del modelo ACINE: sugerencias de líneas de investigación para el futuro

Futuras investigaciones deberían ahondar en la valoración y aplicabilidad del modelo ACINE para la gestión estratégica de comunicación mediática de las instituciones hospitalarias. Para ello, aportamos unas sugerencias acerca de los siguientes pasos que, en cuanto a objetivos y metodología, permitiesen validarlo.

La implementación del modelo ACINE debería comenzar con su análisis en base a principios de relevancia, viabilidad y fiabilidad, alcanzado un consenso entre los diferentes organismos involucrados en su ejecución para la definición de un modelo común aceptado por todos los implicados y la forma de cuantificarlo, que permita la consolidación del mismo para asegurarse avanzar hacia los principios de calidad en las estrategias de comunicación mediáticas de los hospitales en base a su naturaleza de servicio social y en términos de imagen ante la opinión pública.

Para ello consideramos que se debe consultar a los profesionales involucrados en estas áreas y el método Delphi es el adecuado para ello. Se trata de un proceso repetitivo donde un grupo de expertos, cuya composición tiene en cuenta principalmente su motivación por el proceso y su nivel de competencias profesionales, es consultado al menos dos veces sobre la misma cuestión, de manera que los participantes pueden reconsiderar su respuesta en base a la información que reciben del resto de expertos que forman el panel.

Este método ofrece las ventajas propias de las respuestas grupales, eludiendo las limitaciones derivadas de la asistencia presencial, de manera que los participantes pueden ofrecer una opinión razonada e independiente, dado que no sienten la presión social o la influencia personal de los demás miembros. Además, permite mantener el anonimato entre los participantes. Otra ventaja del método Delphi es su eficiencia y flexibilidad ya que las nuevas tecnologías permiten obtener respuestas de individuos que se encuentran en zonas geográficas lejanas.

De las diferentes variantes que se han desarrollado del método Delphi, clásico, político y para la toma de decisión, consideramos que este último sería la más adecuada en función del propósito de la investigación. Se caracteriza por la manera en que se constituye el panel de expertos, teniendo en cuenta su posición en la estructura jerárquica de las instituciones. En este caso estaría compuesto por una muestra de gerentes e investigadores de los hospitales, públicos y privados, directores y redactores jefe de medios de comunicación y directores de comunicación de la Administración Pública, así como consultores independientes.

Para conocer la opinión del panel de expertos y tratar de alcanzar cierto grado de consenso entre ellos, se diseñaría un cuestionario, previamente testado, que recogería una batería de indicadores para evaluar el modelo.

El desarrollo del método de trabajo se llevaría a cabo en dos fases. En la primera de ellas, los expertos seleccionados que decidiesen colaborar en el estudio para expresar sus opiniones y juicios con respecto a las preguntas planteadas en la encuesta, contestarían a la misma, vía correo electrónico. Posteriormente, las respuestas a esta primera etapa serían analizadas,

obteniendo datos estadísticos para cada ítem del cuestionario a partir de la distribución de las respuestas. Esta información se utilizaría como base para el cuestionario de la segunda fase, con el objetivo de disminuir la dispersión de las opiniones y precisar la opinión media consensuada, lo cual permitirá mejorar la formulación de las preguntas y hacer partícipes a cada uno de los expertos de los argumentos, reflexiones y conocimiento aportados por los demás, de manera que pudieran ser valorados en sus respectivas respuestas y el panelista decidiese si mantiene su respuesta o la modifica en base a la respuesta del grupo. Así sería posible consolidar y refrendar los resultados obtenidos en la consulta inicial.

El informe que recogería los resultados más destacados de la encuesta, las tablas estadísticas de datos y las incidencias del trabajo de campo servirían como base para la revisión del Modelo ACINE, que se redefiniría para desarrollar su potencialidad teniendo en cuenta las opiniones, conocimientos y experiencias de los profesionales consultados, al mismo tiempo que las conclusiones de la tesis doctoral que aquí se presenta.

A partir de este punto, se haría una selección de una muestra de dos centros hospitalarios, dependientes al Servicio Madrileño de Salud de la Comunidad Autónoma de Madrid, uno de gestión pública y otro de gestión privada para hacer una prueba piloto experimental de implementación del modelo ACINE para la gestión estratégica de comunicación mediática de las instituciones hospitalarias con una duración mínima de tres meses. Lógicamente, sería necesario contar con la concienciación e implicación tanto de las gerencias y departamentos de comunicación como de la consejería de Sanidad y demás órganos competentes. Paralelamente se escogerían otros dos hospitales con características similares a los anteriores en cuanto a población que atiende y servicios que ofrece, que mantendrían las políticas de comunicación vigentes en ese momento.

Todos ellos serían objeto de una investigación comparativa respecto a la construcción mediática de su imagen en prensa durante el periodo definido, empleando métodos cuantitativos y cualitativos, al igual que se ha realizado en la presente tesis doctoral, con el fin de precisar la viabilidad y eficacia del modelo ACINE para la gestión estratégica de comunicación mediática de las instituciones hospitalarias.

BIBLIOGRAFÍA

- ADC DirCom (2000 septiembre): *El estado de la comunicación en España: I. Empresas y II Organismos Públicos e Instituciones*. Madrid: ADC DirCom.
- AIMC: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Almiron Roig, Núria (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61 (La Laguna, Tenerife). Recuperado el 8 de mayo de 2013, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>
- Álvarez López, I. (2004). *Los usos estratégicos del framing (la campaña electoral municipal de Madrid 2003)* (Tesis Doctoral). Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.
- Amadeo, B. (2002). La teoría del framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de comunicación facultad de Piura*, 1, 1-54.
- Andreou Sphika, Ph. (1995). Comunicación en situaciones de crisis: el caso Perrier. *MK marketing y ventas para directivos*, 95, 32-39.
- Arceo Vacas, A. (2000). Reflexiones sobre la comunicación de crisis. *Revista universitaria de publicidad y relaciones públicas*. 2ª época, 7, 205-220.
- Arno, D. y Dissanayake, W. (comps.) (1984). *The news media in national and international conflict*. Londres: Westview Press.
- Aruguete, N. (2011). Framing. la perspectiva de las noticias. *La trama de la comunicación*, 15, 67-80.
- Aznar, H. (2005). *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*, 2ª ed. Barcelona: Ariel.
- Bartolomé Castro, M. y Rodríguez-Virgili, J. (2012). Pugna de frames en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(2), 439-457.
- Berganza, R. (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la teoría del enfoque. *Comunicación y sociedad*, XVI(2), 9-32.
- Bezunartea, M.J. (1988). *Noticias e ideología profesional*. Bilbao: Deusto.
- Bezunartea, O. (1988). *La noticia, incómodo refuerzo de las instituciones, en la prensa ante el cambio de siglo*. Bilbao: Deusto.
- Bland, M. (1994). *The crisis check list: a guide and checklist to help you prepare for and successfully handle crisis public relation*. Inglaterra: Public Relations Consultants Association (PRCA).

- Borrat, H. (1988). *El periódico como actor político (propuesta para el análisis del periódico independiente de información general)* (Tesis doctoral). Facultad de Ciències de la Informació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Brosius, H.B y Eps. P. (1995). Prototyping through Key Events. *European Journal of Communications*, 10(3), 391-412.
- Canel, M.J (1999). El País, ABC y El Mundo, 3 manchetas, 3 enfoques de las noticia. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 1(6). 97-117.
- Canel, M.J y Sánchez Aranda, J.J (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias. *Anàlisi*, 23, 151-170.
- Casero Ripollés, A. (2004). Medios de comunicación y actores políticos en situaciones de crisis: la producción negociada de la realidad política. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 17, 143-164.
- Casero Ripollés, A. (2008a). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Fragua.
- Casero Ripollés, A. (2008b). Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (14), 111-128.
- Castromil, A.R. y Chavero, P. (2012). Polarización política y negativismo mediático. Similitudes y diferencias en la prensa de derecha y la de izquierda en las elecciones autonómicas y municipales de 2011. *REDMARKA - CIECID - Unidad de Investigación en Marketing Aplicado-Universidad de A Coruña. Año V*, 8, 55-81.
- Costa Sánchez, C. (2008). Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia. *Revista latina de comunicación social*, 63, 15-21.
- Costa Sánchez, C. (2011). Tratamiento informativo de una crisis de salud pública: los titulares sobre gripe a en la prensa española. *Revista de la SEECI*, 25, 43-62.
- Cuesta Cambra, U. (2004). *Psicología social cognitiva de la publicidad*. Madrid: Fragua.
- Cuesta Cambra, U. y Gaspar Herrero, S. (2013). La I Guerra Mundial y los orígenes de la teoría de los efectos. El caso de aliadófilos y germanófilos. *Historia y comunicación social*, 18, 125-138.
- D'Angelo, P. y Kuypers, J.A. (2009). *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge.
- Del Orbe Ayala, K. (2013). Tratamiento informativo en la prensa española durante la campaña electoral de las elecciones generales de 2011. *Razón y palabra*, 84.
- Diezhandino, M.P. (2008). *Periodismo en la era de internet. Claves para entender la situación*

- actual de la información periodística en España*. Barcelona-Madrid: Ariel.
- Doornaert, M. (1999). *Los profesionales de la comunicación ante situaciones conflictivas*. Rodríguez Andrés, R. y Sádaba, T. (Eds.). *Periodistas ante conflictos* (45-50). Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Entman, R.M. (2007). Framing bias: media in the distribution of power. *Journal of communication*, (57). 163-173.
- Escandell Vidal, M.V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Escribano, A. (2006). *Comentario de textos periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión*. Salamanca: Universidad de Salamanca ed.
- Escribano, A. (2007). El discurso reproducido en las informaciones electorales. *Análisi*, 35, 65-82.
- Escribano, A. (2008). *Comentario de textos informativos*. Madrid; Arco/Libros.
- Farré Coma, J. (2004). Espirales de riesgo en tiempos de crisis. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 17, 27- 44.
- Fayard, P.M y Jacques-Gustave, Pl. (1998). Por una lectura estratégica de la comunicación en situaciones de crisis. *Quark*, 70-80.
- Fernández Beaumont, J. (1987). *El lenguaje del periodismo moderno*. Madrid: Sociedad General Española de Librería, S.A.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Tres Tiempos.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Frankenberg, L. y Lozano, J.C. (2010). Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México. *Comunicación y sociedad*, XXIII(1), 175-204.
- Fulford, R. (1999). The triumph of narrative: storytelling in the age of mass culture. *CBC Radio Canada*.
- Gallagher, M. (1982). *Negotiations of control in media organizations and occupations*. En Gurevitch, M., Bennet, T. y otros (eds.). *Culture, society and the media*, (151-173). New York: Methuen &co.
- Galtung, J. y Ruge, M.H. (1980). *La struttura delle notizie dall'estero*. En Baldi, P. (comp.). *Il giornalismo come professione*. Milán: Il Saggiatore.
- Gans, H.J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, newsweek, and time*. Northwestern University Press.

- García Marín, J. (2011). Encuadres, conflictos y efectos de agenda. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 16(31), 167-181.
- Gómez Antón, F. (1999). *Introducción*. Rodríguez Andrés, R. y Sádaba, T. (Eds.). *Periodistas ante conflictos* (19-32). Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Grijelmo, Á. (1997). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- Gurrionero, M. y Canel, M.J (2009). The role of key words in terrorism coverage: framing analysis from the dramatism perspective. Conference of the International Communication Association, Chicago.
- Gutiérrez Ordoñez, S. (1997). *Temas, remas, focos tópicos y comentarios*. Madrid: Arcos/Libros.
- Hachlin, H. (1989). *Judgment, decision, and choice*. New York: Freeman.
- Halimi, S. (2000). *Los nuevos perros guardianes*. México: Trilce.
- Hallin, D.C. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Humanes, M.L. (2001). El encuadre mediático de la realidad social: un análisis de los contenidos informativos en televisión. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 11, 119-142.
- Igartua Perosanz, J.J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Ed. Bosch.
- Igartua Perosanz, J.J. et al. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la teoría del framing. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 91-110.
- Igartua Perosanz, J.J. y Humanes, M.L. (2004a). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Igartua Perosanz, J.J. y Humanes, M.L. (2004b). Imágenes de latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre. *Comunicación y sociedad*, XVII(1), 47-75.
- Kovach, B. Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País.
- Lakoff, G. (2004). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: UCM.
- Lang, G. y Lang, K. (1981). *Watergate. An exploration of the Agenda-building process*. En Wilhoit, G.C. y Debock, H. (eds). *Mass communication review yearbook*, 2, Beverly Hills.

- Lech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. Londres: Longman
- López García, A. (1996). *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*. Madrid: Cátedra.
- López García, A. (1999). *Zapping mediático y resolución de conflictos*. Rodríguez Andrés, R. y Sádaba, T. (Eds.). *Periodistas ante conflictos* (41-55). Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- López Rabadán, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, 235-258.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias. fuentes, selección y planificación*. Barcelona: Paidós.
- Losada Díaz, J. (2005). *Acercamiento al estudio de la imagen publicada: definición y casos*. En Castillo Esparcia, A. *Comunicación organizacional*, Málaga: Clave Aynadamar.
- Lozano, J., Peña Marín, C. y Abril, G. (1993). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Lozano, J.C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Maestre, J. (1996). *Comunicación en situaciones de crisis*. Harvard Deusto Marketing y Ventas, 15, 38-42.
- Maldonado, Cc. (1991). *Discurso directo y discurso indirecto*. Madrid: Taurus.
- Mariñas, J.A. (2007). Periodistas, empresas e instituciones, claves de una relación necesaria. *Universia business review- Actualidad económica (1er trimestre)*.
- Martínez Albertos, J.L (1989). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Martínez, V.A.; Juanatey, O. y Blázquez, F. (2004). Efectos de la corrupción en la imagen percibida de las empresas. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 17(4), 5-66.
- Matthes, J., y Kohring, M., (2008). The content analysis of media frames: toward improving reliability and validity. *Journal of communication*, 58(2), 258-279.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda setting. *Comunicación y sociedad*, VIII(1), 7-32.
- McCombs, M. y Shaw D.L. (1972). The Agenda setting function of mass media. *Public opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

- Mencher, M. (1983). *Basic news writing*. Dubuque (Iowa): WM. C.M. Brown. Company Publishers.
- Méndez García de Paredes, E. (2010). *Lengua y manipulación en el discurso de la información periodística. El español en contexto. Actas de las jornadas sobre la lengua española y su enseñanza*. Universidad de Granada. Editorial Universidad de Granada. 53-85.
- Miceviciute, J. (2013). Frame periodístico: un concepto puente entre la psicología, la sociología y la lingüística. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 18(35), 71-96.
- Miller, M. (1997). Frame mapping and analysis of news coverage of contentious issues. *Social science computer review*, 15(4), 367-378.
- Molero Ayala, V. (2002). La comunicación empresarial en tiempos de crisis. *Cuenta y razón del pensamiento actual*, 127, 60-64.
- Montero, M., Rodríguez-Virgili, J. y García-Ortega, C. (2008). La construcción mediática de la comunidad política. La prensa en la transición española a la democracia. *Palabra clave*, 11(2).
- Moreno Millán, E. (2008). Gestión de la información y la comunicación en emergencias, desastres y crisis sanitarias. *Revista de la sociedad española de medicina de urgencias y emergencias*, 20(2), 117-124.
- Muñiz, C., Igartua, J.J. y Otero, J.A. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa: un análisis de contenido. *Comunicación y sociedad*, 19(1), 103-128.
- Murdock, G. (1982). *Large corporations and the control of the communications industries*. En Gurevitch, M. y Bennet, T. y otros (eds), *Culture society and the media*. New York: Merhuen & co., 118-150.
- Navas, A. (1999). *Los medios en los conflictos de la sociedad democrática*. Rodríguez Andrés, R. y Sádaba, T. (Eds.). *Periodistas ante conflictos* (33-44). Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Nobell, A.A., Mora, I.R., Salar, S.O. (2010). La proyección de los hospitales públicos en la prensa local. El caso de Andalucía. Actas II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad La Laguna.
- Noguera Vivo, J.M. (2006). El framing en la cobertura periodística de la catástrofe: las víctimas, los culpables y el dolor. *Sphera pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*. 6. 193-206.
- Ortega, F. y Humanes, M.L. (2000). *Algo más que periodistas*. Madrid: Ariel.
- Otero López, M.L. y López García, X. (2012). Cómo las fuentes gubernamentales se cuelan en los infográficos de los medios impresos. *Estudios sobre el mensaje periodístico*.

18(1), 173-192.

- Pablos Coello, J.M. de y Mateos Martín, C. (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de “medicación” para recuperar la calidad en la prensa. *Ámbitos*. 11-12, 341-365.
- Paricio-Esteban, P., Rodríguez-Luque, C. y Rabadán-Zaragoza, M.J. (2012). Tratamiento del consumo de alcohol y su prevención en prensa española desde la perspectiva del framing: El País, El Mundo, ABC y La Razón. *Revista latina de comunicación social*, 67. 322-346.
- Pérez Serrano, P. (1984). *El análisis de contenido de la prensa*. Madrid: UNED.
- Pool, I. (1959). *Trends in content analysis*. Chicago: Urbana University of Illinois Press.
- Pozas Pardo, V., Santiago y Toral Madariaga, G. (2004). La gestión de la comunicación institucional entre el 11 y el 14 m. Zer. *Revista de estudios de comunicación*, 17, 11-26.
- Pride, R. (1995). How activists and media frame social problems: critical events versus performance trends for schools. *Political communication*, 12.
- Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de jerarquía de influencias. *Revista de comunicación y sociedad*, XII(2).
- Reese, S., Gandy, O.H., Grant, A.E., Lawrence, E. (2001). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah.
- Reyes, G. (1993). *Los procedimientos de cita: estilo directo y estilo indirecto*. Madrid: Arco Libros.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, M.M. (2004). *Cómo afrontar la comunicación en una situación de crisis motivada por el rechazo ciudadano; el caso Boroa*. Zer. *revista de estudios de comunicación*, 17, 121-142.
- Rodríguez, R. y Castrolmil, A.R. (2010). La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: transmisión, influencia y atribución de responsabilidad. Zer. *Revista de estudios de comunicación*, 15(29), 193-212.
- Sádaba, T. (2001). Orígenes, aplicación y límites de la teoría del encuadre (framing) en comunicación. *Comunicación y sociedad*, XIV(2), 143-175.
- Sádaba, T. (2006). *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama ediciones.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de la noticia. El binomio terrorismo-medios*. Buenos

Aires: La crujía.

- Sánchez Aranda, J.J. y Berganza, R.M. (1999). Framing en la prensa española: la información sobre la muerte y el funeral de Diana de Gales. *Comunicación y sociedad*, XII(1), 137-159.
- Sánchez Castillo, S. (2012). Representación social de las enfermedades raras en la prensa española. *Aposta, revista de ciencias sociales*, 54.
- Sánchez de la Nieta, Monfort de Bedoya y Fuente Cobo. (2014). *El estatuto de redacción en la empresa periodística: criterio básico de responsabilidad social corporativa para la recuperación de la credibilidad del periodismo*. <http://www.eben-spain.org/docs/papeles/xxi/el-estatuto-de-redaccion-en-la-empresa-periodistica.pdf>. Recuperado el 3 de diciembre de 2014.
- Sanchez, J.F. (1990). *El nuevo mapa informativo europeo*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Sanchís, J.L. (1994). *La comunicación como factor clave para la resolución de crisis empresariales*. Revista universitaria de publicidad y relaciones públicas. 2ª época, 1, 91-98.
- Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- Saura, P. (2005). *La gestión y la comunicación de crisis en el sector de la alimentación*. Madrid: Ed. Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas.
- Scheufele, D.A. y Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda setting, and Priming: the evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57, 9-20.
- Searle, J. (1994). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Semetko, H.A. y Valkenburg, P.M. (2000). Framing european politics: a content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 93-109.
- Sheehan, P. (1972). *Repertorial writing*. Nueva York: Chilton Book.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and officials: the organization and politics of newsmaking*. Lexington: Mass. D.C. Heath and co.
- Simmons, A. (2007). *El que cuenta la mejor historia gana*. AMACOM/American Management Association.
- Smith, D. (1990). Beyond contingency planning: towards a model of crisis management. *Industrial crisis Quaterly*, 4, 263-275.
- Smith, D. (1993). *Crisis management in the public sector: lessons from the prison service*. Wilson, J. y Hinton, P. (eds.). *Public services & the 1990s: issues in public service finance and management*. 143-170. Kent. GB: Tudor Bussiness.

- Soria, C. (1997). *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Spenber, D. y Wilson, D. (1986). *La relevancia*. Madrid: Visor.
- Sullivan, T., Dutton, B. y Philip, R. (2003). *Studing the media*. New York: Arnold Publishers.
- Takeshita, T. (1997). *Exploring the media 's roles in defining reality: from issue-agenda to attribute-agenda setting*. Mccombs, M., Shaw, D.L. y Weaver, D. (eds.). Communication and democracy. *Exploring the intellectual frontiers in Agenda-setting theory*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia (Making news. A study in the construction of reality)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ugarte Iturrizaga, A., Menéndez Hevia, T. y Cuesta Cambra, U. (coords.) (2009). *Prensa escrita y salud en Madrid. Una revisión del modelo de la Agenda setting y su aplicación a la dinámica de las noticias sobre salud en Madrid*. Madrid: ed. Complutense.
- Valera Ordaz y López García (2014). Agenda y marcos en las webs de PP y PSOE en la cibercampaña de 2011. *Revista latina de comunicación Social*, 69, 41-66.
- Van Dijk, T.A (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Van Dijk, T.A. (1995). The mass media today. Discourses of domination of diversity. *Javnost/ The public*, 2, 27-45.
- Vázquez Medel, M.A. (1999). *Los medios de comunicación y la construcción social de la realidad*. Chaparro, M. (ed.). *La democratización de los medios. II Congreso de radios y televisiones locales, públicas y alternativas*. Sevilla: Diputación de Sevilla, 207-226.
- Vicente Mariño, M. y López Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 14(26), 13-34.
- Videla, J.J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Madrid: Fragua.
- Villafañe, J. (1993). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Ed. Pirámide.
- Villafañe, J., Bustamante, E. y Prado, E. (1987). *Fabricar noticias*. Barcelona: Ed. Mitre.
- Villafañe, J. (Ed) (2000). *El Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica*. Madrid: Pirámide.
- Villafañe, J. (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*, Madrid: Pirámide

Weaver, D. (1999). Las actitudes profesionales de los periodistas en un contexto global. *Comunicación y sociedad*, XII(2), 33-45.

Zhu, J. (1992). Issue competition and attention distraction: a xero-sum theory of agenda setting. *Journalist quarterly*, XIX. 825-836.